ARG Academic Research Group An endeavor for change
گروه تحقیقات آکادمیک تلاشی برای تغییر
Social Sciences
Medical Sciences
Natural Sciences
And so on

پژوهش

An endeavor for change تلاشی برای تغییر

سال دوم، حوت ۱۳۹۵

تجزیه و تحلیل برترین‌های اقتصادی جهان بر اساس گزارش سال ۲۰۱۶ مجله فرچون

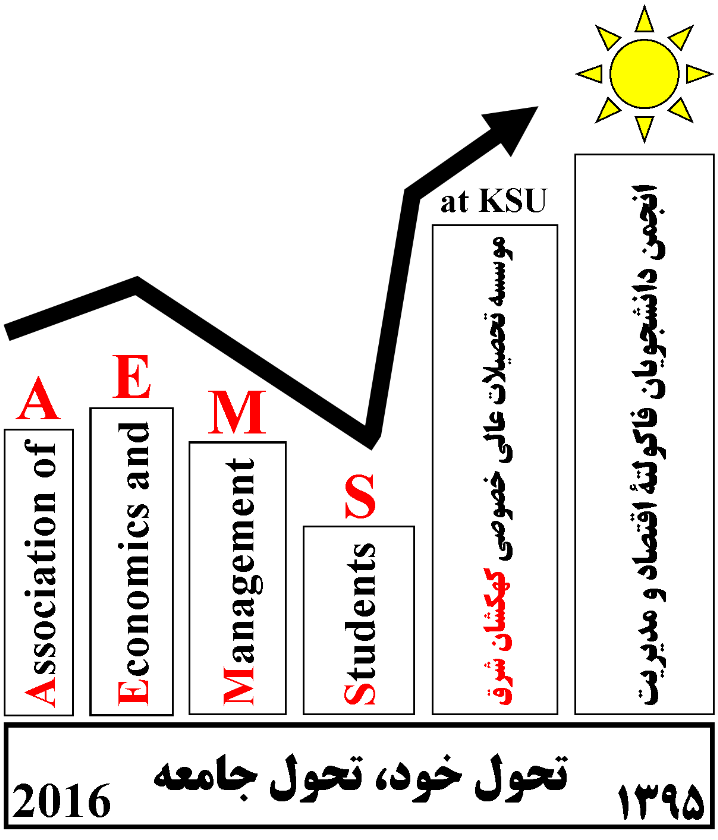
Fortune Global 500 list of year 2016

پژوهشگر: یما حمید

تمرکز قدرت و تصمیم گیری در سازمان های انتفاعی

پژوهش کننده: سید رفیع حسینی

محفل افتتاح انجمن دانشجویان فاکولته اقتصاد و مدیریت موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق



فصل‌هائی از اساسنامه انجمن دانشجویان فاکولته اقتصاد و مدیریت موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق

آغاز سال تحصیلی جدید و فرارسیدن بهار بر رهپویان علم و دانش مبارک



به امید سالی سرشار از آگاهی و موفقیت



مطالب این شماره:

دعوت به همکاری

۱. گروه تحقیقات آکادمیک که یک گروه علمی است از محصلین عزیز، استادان گرامی، و دیگر افرادیکه که توانائی ترجمه دارند، در حوزه های مختلف برای ترجمه از زبان‌های دیگر به زبان فارسی و یا بالعکس، در حد توان و علاقه‌شان دعوت به همکاری داوطلبانه می‌نماید.

۲. در صورت تمایل به همکاری به ما ایمیل بفرستید تا ما مطالب کوتاه علمی پژوهشی را برای شما جهت ترجمه بفرستیم.

۳. مسئولیت آراء و نظریات ارائه شده در مقاله ها بر عهده نویسندگان است و درج مقاله در نشریه پژوهش به معنی تأیید مطالب آن نیست.

۴. پژوهش در انتخاب، ویرایش، تلخیص یا اصلاح مقاله های دریافتی آزاد است.

۵. از آنجائیکه پژوهنده حقیقت یاب است، باید از هر گونه خطا مبرا باشد. و ازینروست که کار هر پژوهنده نیاز به نقد و بررسی و بازبینی دارد. بنابراین از شما خواهشمندیم تا نظرات، پیشنهادات و انتقادات علمی خویش را از ما دریغ نفرمائید.

آدرس‌های ارتباطی گروه تحقیقات آکادمیک

صفحه فیسبوک گروه	www.facebook.com/AcademicResearchGroup
صفحۀ فارسی گروه	www.academicrg.blogspot.com
صفحه انگلیسی گروه	www.academicrg-english.blogspot.com
آدرس ارتباطی جی میل	academicrg@gmail.com
آدرس ارتباطی یاهو	academicrg@yahoo.com



یما حمید ۱۳۹۵/۱۰/۲۳

تجزیه و تحلیل
برترین‌های اقتصادی جهان بر اساس گزارش سال ۲۰۱۶ مجله فرچون

مقدمه

از چند سال بدینسو، بر وخامت اوضاع سیاسی و اقتصادی جهان به شدت افزوده شده است. اختلافات بین المللی تبدیل به کشمکش های بین المللی گردیده که هر روز شدیدتر و نگران کننده‌تر می‌شوند. "اصطلاح کشمکش به سبب منافع متضاد بین کشورها، حالت خاص سیاسی را بیان می کند که ممکن است در صورت تیرگی بیشتر اوضاع، یعنی شدت بیشتر تضاد، به زد و خورد مسلحانه منتهی شود. کشمکش یا مجموع اختلاف و مناقشه بین الملل، مرحله بعدی اختلاف بین المللی است. کشمکش بین‌المللی یا از راه بحث، مذاکره و معامله حل و فصل می‌گردد و یا از راه اعمال فشار، خشونت و جنگ و کشتار." (فرهنگ علوم سیاسی علی آقا بخشی و مینو افشاری راد، صفحه ۳۲۷، چاپ دوم، ویرایش ششم زمستان ۱۳۸۶، نشر چاپار)

کشمکش‌های بین‌المللی، تا به اکنون، جنگ و مهاجرت را بطور وسیعی در منطقه خاورمیانه در پی داشته است. خاورمیانه کلیدی ترین منطقه جهان است. زیرا از نظر ژئو استراتژیک، ژئواکونومیک و ژئو پولیتیک دارای اهمیت فوق العاده و ویژه‌ای می‌باشد.

در چنین شرایطی، تجزیه و تحلیل برترین های اقتصادی جهان بسیار حائز اهمیت است. زیرا با این گونه تحلیل ها می توانیم صحنه رقابت اقتصادی و سیاسی آینده را پیش‌بینی نمائیم.

اما، این تجزیه و تحلیل برترین‌های اقتصادی جهان از نظر کمیت و کیفیت به حدی نیست که بشود بطور دقیق اوضاع اقتصادی و سیاسی آینده را پیش بینی نمود. زیرا از جامعیت لازم برخوردار نیست. و از آنجائیکه تنها به ۱۰ بهترین از بهترین‌های اقتصادی جهان پرداخته است، در مجموع یک تصویری کلی از آینده را برای ما ترسیم خواهد کرد.

لازم به ذکر است که این تجزیه و تحلیل بر اساس اطلاعات مندرج در سایت ویکی‌پدیا، دانشنامه آزاد از **گزارش‌های مجله فرچون جهانی Fortune**، انجام شده است.

در این تجزیه و تحلیل دو هدف اصلی زیر دنبال می‌شود:

- دانستن اینکه برترین‌های اقتصادی جهان در این اوضاع وخیم کدام شرکت‌ها و دولت‌ها هستند؟
- کدام صنایع در رده‌های بالاتر قرار دارند؟

علاوه بر اهداف اصلی این تجزیه و تحلیل، کوشیده‌ام تا با برنامه SPSS و نحوه کار با آن آشنا شوم. این اولین تجربه کار من با برنامه SPSS می‌باشد.

تمامی موضوعات را بصورت گراف و جدول با استفاده از این برنامه نشان داده‌ام. امیدوارم که این تجزیه و تحلیل در پهلوی فایده‌هایی که برای من داشته است بتواند برای دیگران نیز مفید واقع گردد.

لازم بذکر است که اینگونه تجزیه و تحلیل‌ها، در حقیقت جنبهٔ تمرینی دارند. و هدف کلی یادگیری است. بنابراین انتقادات و پیشنهادات شما باعث موفقیت بیشتر گردیده و فرایند یادگیری را صحیح‌تر و بهتر می گرداند. بنابراین نظرات استادانهٔ خودتان را از من دریغ نفرمائید.

فورچون جهانی ۵۰۰

از ویکی‌پدیا، دانشنامه آزاد

فورچون جهانی ۵۰۰ (به انگلیسی: Fortune Global 500) فهرستی از ۵۰۰ شرکت بین المللی از صنایع مختلف را شامل می گردد، که بصورت سالیانه توسط مجله فورچون رتبه‌بندی و منتشر می‌شود. تا سال ۱۹۸۹ این فهرست، بصورت سالیانه تحت عنوان "گلوبال ۵۰۰" منتشر می‌شد، که فهرستی از شرکت‌های صنعتی خارج از ایالات متحده را در بر می گرفت، همچنین فهرستی دیگر تحت نام فورچون ۵۰۰ نیز توسط این مجله منتشر می شد، که تنها شرکت های مستقر در ایالات متحده آمریکا را رتبه‌بندی می نمود. فهرست فورچون جهانی ۵۰۰ در سال ۱۹۹۰ میلادی منتشر شد، که برای نخستین بار، شرکت های صنعتی بین المللی و آمریکایی، در یک فهرست، توسط مجله فورچون و بر پایه میزان درآمد سالیانه، رتبه‌بندی شدند. از سال ۱۹۹۵ مؤسسات مالی و بانک‌ها نیز به این فهرست اضافه شدند. در فاصله سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۱ تغییرات قابل توجهی در توزیع جغرافیایی شرکت های رتبه بندی شده در فهرست فورچون جهانی ۵۰۰ ایجاد شده است، بطوری‌که شمار شرکت‌های مستقر در آمریکای شمالی از ۲۱۵ شرکت در سال ۲۰۰۱ به ۱۴۶ شرکت، در سال ۲۰۱۱ کاهش یافته‌است. این کاهش در حالی اتفاق افتاده که تعداد شرکت های آسیایی، روندی افزایشی را تجربه کرده و از ۱۱۶ شرکت در سال ۲۰۰۱ میلادی، به ۱۷۲ شرکت در سال ۲۰۱۱ افزایش داشته است.

اصطلاحات مربوط به این تجزیه و تحلیل

هر علمی و هر تجزیه و تحلیلی در خودش اصطلاحات و تعاریف و مفاهیمی دارد، که بدون درک درست آنها کار تحلیل و فهم تحلیل بدرستی انجام نمی‌شود. بنابراین پیش از ارائه گراف‌ها و نمودارها لازمست تا به چند اصطلاح کلیدی نگاهی بیندازیم.

واریانس: واریانس (Variance) به عددی گفته می شود که نحوه یا چگونگی پراکندگی داده ها را در اطراف مقدار میانگین داده های مذکور نشان می دهد.
بعبارتی دیگر، واریانس مقیاسی است که نشان می دهد که داده‌ها حول میانگین چگونه پخش شده‌اند. لینک منبع:
http://www.bargozideha.com/tag/%D9%88%D8%A7%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D9%86%D8%B3-%D9%88-%D8%A7%D9%86%D8%AD%D8%B1%D8%A7%D9%81-%D9%85%D8%B9%DB%8C%D8%A7%D8%B1

توضیح بیشتر: واریانس به معنی پراکندگی است. میزان تغییرات هم میگویند . یعنی چی؟ مثلا شما دو صنف را تصور کنید. ما یک امتحان یکسان از هر دو صنف گرفتیم. واریانس یک صنف شد ۲ و واریانس صنف دیگر شد ۴. واریانس صنفی که ۲ شد به ما میگوید که شاگردان آن صنف تقریبا نمره هایشان نزدیک به هم بود یا شبیه به هم بود، اما واریانس صنف شاگردانی که واریانس نمراتشان ۴ شد به ما میگوید که پراکندگی نمرات شاگردان از نمرات شاگردان صنف دیگر بیشتر است یعنی نمرات کمتر شبیه به هم است. لینک‌منبع:
http://javabyab.com/2865/%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D8%B2-%D9%88%D8%A7%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D9%86%D8%B3-%D9%88-%DA%A9%D9%88%D9%88%D8%A7%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D9%86%D8%B3-%D8%AF%D8%B1-%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AD%D8%AB-%D8%A2%D9%85%D8%A7%D8%B1%DB%8C-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA%D8%9

انحراف معیار: **(Std. Deviation)** یکی از شاخص های پراکندگی است که نشان می‌دهد به طور میانگین داده‌ها چه مقدار از مقدار متوسط فاصله دارند. اگر انحراف معیار مجموعه‌ای از داده‌ها نزدیک به صفر باشد، نشانه آن است که داده‌ها نزدیک به میانگین هستند و پراکندگی اندکی دارند؛ در حالی که انحراف معیار بزرگ بیانگر پراکندگی قابل توجه داده‌ها می‌باشد. انحراف معیار برابر با ریشه دوم (جذر دوم) واریانس است. خوبی آن نسبت به واریانس، این است که هم بعد با داده‌ها می‌باشد.
انحراف معیار برای تعیین ضریب اطمینان در تحلیل‌های آماری نیز به کار می‌رود. در مطالعات علمی، معمولاً داده‌های با انحراف معیار بیشتر از دو به عنوان داده‌های پرت در نظر گرفته و از تحلیل، خارج می‌شوند. لینک منبع:
https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%86%D8%AD%D8%B1%D8%A7%D9%81_%D9%85%D8%B9%DB%8C%D8%A7%D8%B1

نما یا مود (Mode): مقداری از داده ها است که بیشترین فراوانی را دارد؛ همانطور که از تعریف مشخص است در نما نوع داده ها اهمیت ندارد بنابراین هم برای داده های کیفی و هم داده های کمی کاربرد دارد. در مجموع این شاخص اطلاعات زیادی در اختیار نمی گذارد و معمولا به تنهایی گزارش نمی شود.
مثال: نما یا مد را در داده های زیر به دست آورید.

۲۸، ۴۲، ۳۶، ۲۷، ۲۳، ۲۷، ۲۸، ۲۶

داده های فوق دو نمایی است و ۲۷ و ۲۸ نما هستند.
مثال: نما یا مد را در داده های زیر به دست آورید.

۸، ۹، ۱۰، ۱۷، ۱۲، ۱۵، ۱۴

با توجه به تعریف؛ نما مشاهده ای است که از همه بیشتر ظاهر شود با توجه به اینکه در مثال بالا هر عدد یکبار ظاهر می شود بنابراین نما وجود ندارد. عبدالرسول خان احمدی، لینک منبع:
http://www.ibep.ir/amar/base/miangin.htm

میانه (Median): برای متغیرهایی که مرتب کردن آنها از کوچک به بزرگ امکان پذیر است (معنی دار است) میانه را می توان محاسبه نمود. برای به دست آوردن میانه ابتدا داده ها را از کوچک به بزرگ مرتب کرده سپس داده ای که در مرکز قرار می گیرد را به میانه معرفی می کنیم. میانه شاخصی است که ۵۰ درصد (نیمی) مشاهدات از آن کوچکتر و ۵۰ درصد (نیمی) مشاهدات از آن بزرگتر هستند.

یکی از معایب میانه این است که بیشتر اطلاعات را در نظر نمی گیرد مثلا میانه مجموعه اعداد ۱۱۰، ۹۰، ۲۴، ۲۰، ۷۳ و مجموعه اعداد ۲۵۰۰، ۱۹۰۰، ۲۴، ۰، ۷۳ عدد ۷۳ است. در حقیقت برای محاسبه میانه تعداد اعداد اهمیت دارد و مقادیر که در بالا و پایین میانه قرار می گیرند اهمیت ندارد. عبدالرسول خان احمدی، لینک منبع: http://www.ibep.ir/amar/base/miangin.htm

میانگین (Mean): میانگین پرکاربرد ترین شاخص مرکزی است. برای محاسبه میانگین مقدار تمام نمونه ها را جمع کرده و

بر تعداد آنها تقسیم می کنیم.

$$\overline{X} = \frac{\sum X_i}{N}$$

همان گونه که از فرمول مشخص است **میانگین را تنها برای داده های کمی می توان به کار برد و محاسبه میانگین برای داده های کیفی کاری غیر منطقی است.**

یکی از معایب میانگین این است که **تحت تاثیر داده های پرت قرار می گیرد.** مثلا میانگین اعداد ۱۰۰۰, ۸, ۶, ۴, ۲ عدد ۲۰۴ است که نمایندۀ خوبی برای داده‌ها نیست.

بنابراین در ارائه تجزیه و تحلیل ها و گزارش های آماری بیان یکی از شاخص های مرکزی به تنهایی کافی نیست و حداقل باید هر دو شاخص میانه و میانگین ارائه گردد. تا شکل توزیع به خوبی مشخص شود.

- اگر میانگین و میانه یکی باشند توزیع مقادیر کاملا متقارن خواهد بود.
- اگر میانگین بزرگتر از میانه باشد توزیع مقادیر دارای چولگی مثبت (به طرف راست) است.
- اگر میانگین کوچکتر از میانه باشد توزیع مقادیر دارای چولگی منفی (به طرف چپ) است.

بنابراین هنگامی که تعدادی از مقادیر از بقیه اعداد خیلی بزرگتر یا خیلی کوچکتر هستند، میانگین به تنهایی شاخص خوبی نیست. این شاخص تحت تاثیر مقادیر پرت قرار می گیرد و لازم است که میانه را نیز گزارش نمود. عبدالرسول خان احمدی، لینک منبع:
http://www.ibep.ir/amar/base/miangin.htm

دامنه Range: تفاوت بین حداقل و حداکثر داده را دامنه تغییرات می‌گویند. Range = Max - Min

حداقل Minimum: نشاندهندۀ پائین‌ترین داده می‌باشد.

حداکثر Maximum: نشاندهندۀ بالاترین داده می‌باشد.

مجموع Sum: مجموع داده‌ها را نشان می‌دهد.

فراوانی Frequency: فریکونسی فراوانی رده‌ها یا بعبارتی دیگر فراوانی گروه‌های داده‌ها را به نمایش می‌گذارد. مثلا فرض کنید ما در یک جدول اولین ستون را به لیست افراد با وزن های مختلف ۵۰، ۵۵، ۶۰، ۶۵، ۷۰، ۷۵ و ۸۰ کیلوگرم و ستون بعدی را به فرکونسی هر یک از وزن‌های فوق اختصاص دادیم. ستون فرکونسی تکرار و تعداد هر یک از وزن های فوق را نشان می‌دهد. که به چه تعداد وزن ۵۰ کیلوگرم، به چه تعداد وزن ۵۵ کیلوگرم و خلاصه دیگر وزن های داده شده را داریم.

درصد تجمعی Cumulative percent: این ستون در جدول فراوانی نشان دهندۀ انباشته شدن درصد ها بر روی همدیگر است. یعنی هر درصدی که در ستون درصد (Valid Percent) آمده است با مجموع درصدها در ستون درصد تجمعی (Cumulative Percent)) جمع می‌گردد و یک مجموع جدید را در مقابلش در ستون درصد تجمعی (Cumulative Percent)) می‌سازد. مثال زیر را ببینید:

Valid Percent	Cumulative Percent
10.0	10.0
50.0	60.0
20.0	80.0
10.0	90.0
10.0	100.0
100.0	

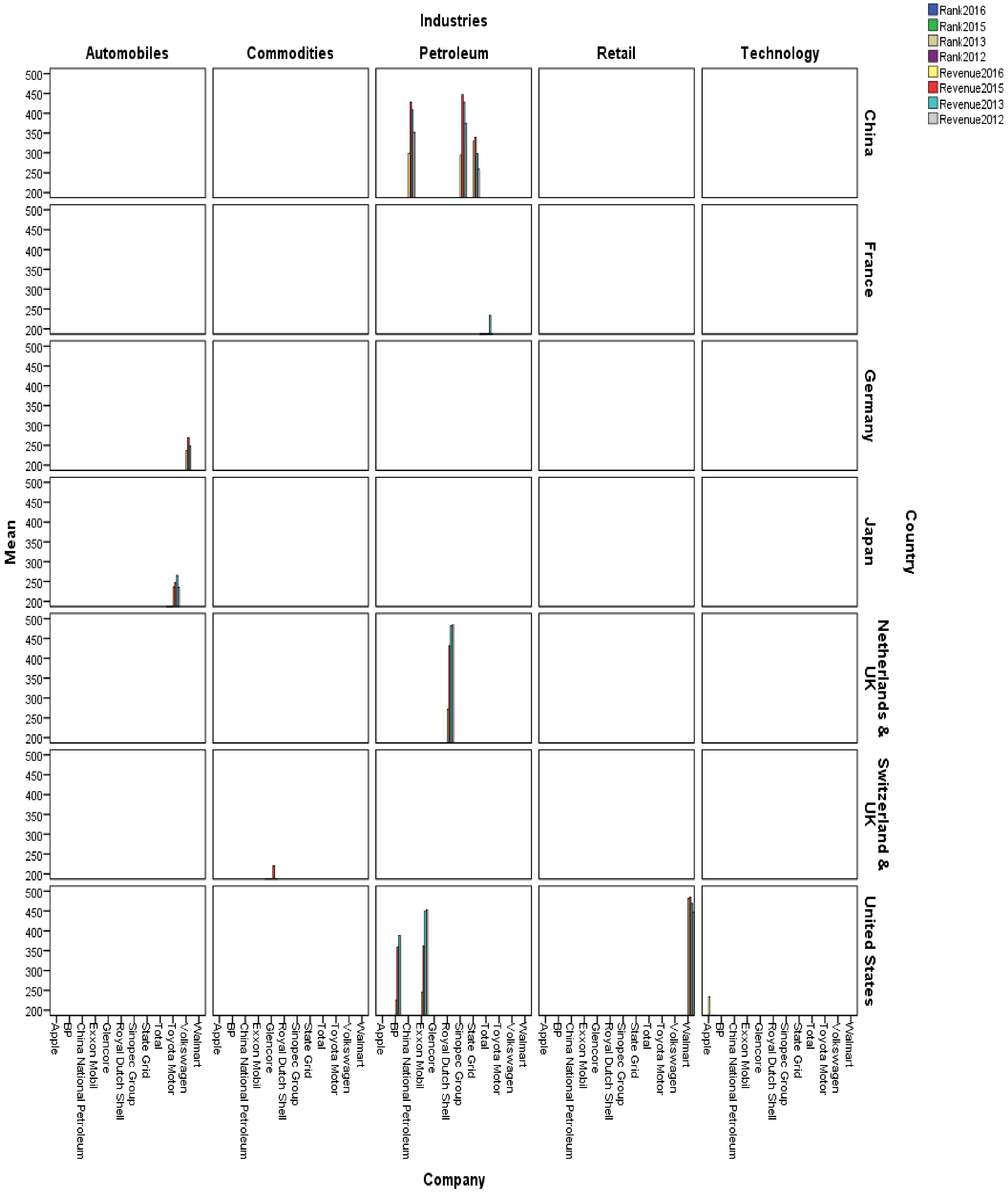
رتبه بندی برترین‌های اقتصادی جهان (ارقام به میلیارد دالر است)

	Rank2016	Rank2015	Rank2013	Rank2012	Company	Country	Industries	Revenue2016	Revenue2015	Revenue2013	Revenue2012	Currency
1	1	1	2	3	Walmart	United States	Retail	482.10	485.70	469.20	446.90	Billion Dollar
2	2	7	7	7	State Grid	China	Petroleum	329.60	339.40	298.40	259.10	Billion Dollar
3	3	4	5	6	China National Petroleum	China	Petroleum	299.30	428.60	408.60	352.30	Billion Dollar
4	4	2	4	5	Sinopec Group	China	Petroleum	294.30	446.80	428.20	375.20	Billion Dollar
5	5	3	1	1	Royal Dutch Shell	Netherlands & UK	Petroleum	272.20	431.30	481.70	484.40	Billion Dollar
6	6	5	3	2	Exxon Mobil	United States	Petroleum	246.20	362.60	449.90	452.90	Billion Dollar
7	7	8	9	.	Volkswagen	Germany	Automobiles	236.60	268.60	247.60	.	Billion Dollar
8	8	9	8	10	Toyota Motor	Japan	Automobiles	236.59	247.70	265.70	235.30	Billion Dollar
9	9	.	.	.	Apple	United States	Technology	233.70	.	.	.	Billion Dollar
10	10	6	6	4	BP	United States	Petroleum	225.98	358.70	388.30	386.40	Billion Dollar
11	.	.	10	.	Total	France	Petroleum	.	.	234.30	.	Billion Dollar
12	.	10	.	.	Glencore	Switzerland & UK	Commodities	.	221.00	.	.	Billion Dollar

جدول فوق جایگاه شرکت‌های جهانی را در سال‌های ۲۰۱۲، ۲۰۱۳، ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ با نام شرکت، کشور، صنعت و درآمدشان نشان می‌دهد. در هر یک از سالهای ۲۰۱۶، ۲۰۱۵ و ۲۰۱۳ به تعداد ۱۰ شرکت مورد بررسی قرار گرفته اند بجز سال ۲۰۱۲ که به تعداد ۸ شرکت برای بررسی انتخاب شدند. باید سال ۲۰۱۲ هم به تعداد ۱۰ شرکت می‌بود. اما چون دو شرکت تنها در سال ۲۰۱۲ جز ۱۰ بهترین بودند و در سالهای بعد از آن در لیست ۱۰ بهترین نبودند از انتخاب آنها صرفنظر گردید. در این تجزیه و تحلیل تمرکز ما بیشتر بر روی سالهای بعد از ۲۰۱۲ است. ولی صرفنظر کردن از این دو شرکت یکی از نقائص تحقیق کنونی است. اکنون این تحقیق و تجزیه و تحلیل به همین صورت انجام شده و پایان یافته است. برای اصلاح این نقص در ویرایش بعدی دو شرکت مذکور نیز در لیست گنجانده می‌شوند.

تجزیه و تحلیل کلی آمار و ارقام

سالهای ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶



آمار توصیفی عواید سالهای مورد بررسی

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Revenue2016	10	256.12	225.98	482.10	2856.57	285.6570	77.16840	5954.961
Revenue2015	10	264.70	221.00	485.70	3590.40	359.0400	90.57485	8203.803
Revenue2013	10	247.40	234.30	481.70	3671.90	367.1900	96.16882	9248.441
Revenue2012	8	249.10	235.30	484.40	2992.50	374.0625	90.07421	8113.363
Valid N (listwise)	8							

آمار توصیفی رتبه بندی سالهای مورد بررسی

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Rank2016	10	9	1	10	5.50	3.028	9.167
Rank2015	10	9	1	10	5.50	3.028	9.167
Rank2013	10	9	1	10	5.50	3.028	9.167
Rank2012	8	9	1	10	4.75	2.915	8.500
Valid N (listwise)	8						

ترکیب دو جدول عواید و رتبه بندی سالهای مورد بررسی

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Rank2016	10	9	1	10	55	5.50	3.028	9.167
Rank2015	10	9	1	10	55	5.50	3.028	9.167
Rank2013	10	9	1	10	55	5.50	3.028	9.167
Rank2012	8	9	1	10	38	4.75	2.915	8.500
Revenue2016	10	256.12	225.98	482.10	2856.57	285.6570	77.16840	5954.961
Revenue2015	10	264.70	221.00	485.70	3590.40	359.0400	90.57485	8203.803
Revenue2013	10	247.40	234.30	481.70	3671.90	367.1900	96.16882	9248.441
Revenue2012	8	249.10	235.30	484.40	2992.50	374.0625	90.07421	8113.363
Valid N (listwise)	8							

تجزیه و تحلیل احصائیوی بر اساس کشورها

Country

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	China	3	25.0	25.0	25.0
	France	1	8.3	8.3	33.3
	Germany	1	8.3	8.3	41.7
	Japan	1	8.3	8.3	50.0
	Netherlands & UK	1	8.3	8.3	58.3
	Switzerland & UK	1	8.3	8.3	66.7
	United States	4	33.3	33.3	100.0
	Total	12	100.0	100.0	

جدول فوق نشان میدهد که امریکا و چین به ترتیب در رده‌های اول و دوم قرار دارند. و فیصدی هر یک را از کسب موقعیت برتر اقتصادی را نشان می‌دهد.

در ستون فرکونسی چهار شرکت از ایالات متحده امریکا و سه شرکت از کشور چین نشان داده شده است.

در ستون فیصدی امریکا ۳۳.۳ فیصد و چین ۲۵ فیصد از موقعیت برتر را کسب کرده اند.

تجزیه و تحلیل احصائیوی بر اساس نوع صنعت

Industries

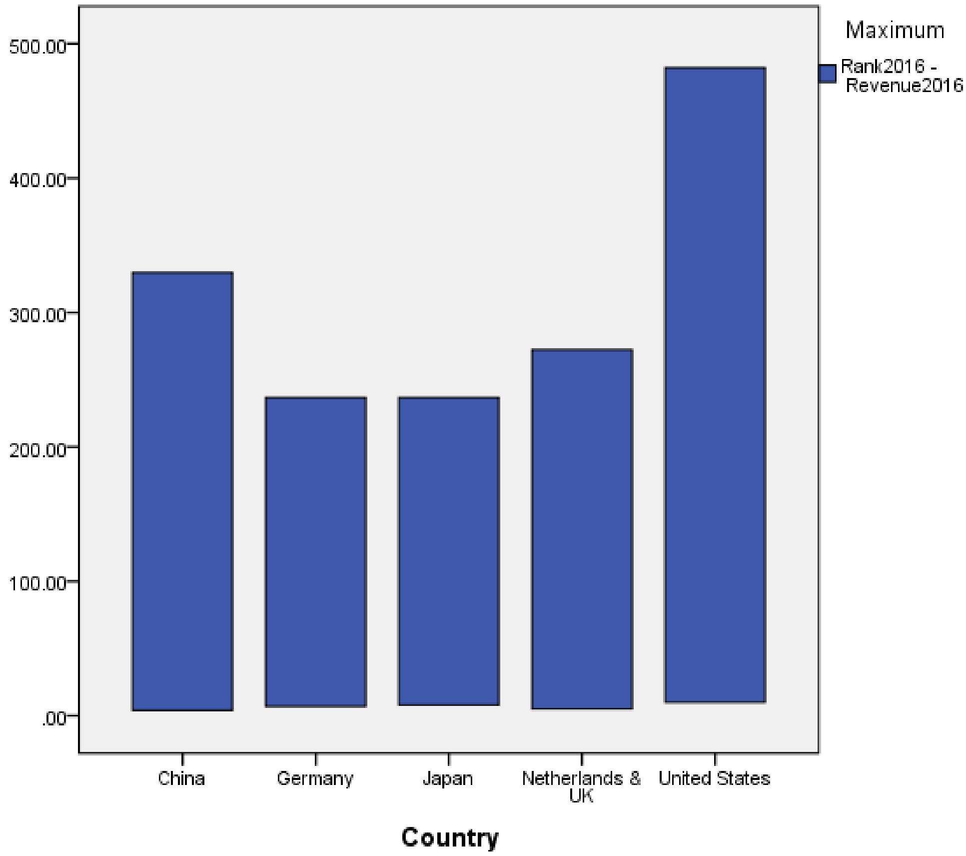
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Automobiles	2	16.7	16.7	16.7
	Commodities	1	8.3	8.3	25.0
	Petroleum	7	58.3	58.3	83.3
	Retail	1	8.3	8.3	91.7
	Technology	1	8.3	8.3	100.0
	Total	12	100.0	100.0	

در این جدول دیده می‌شود که صنعت نفت و گاز و صنعت موتر به ترتیب در رده‌های اول و دوم قرار دارند. سهم هر یک از این صنایع از کسب موقعیت برتر اقتصادی نیز نشان داده شده است.

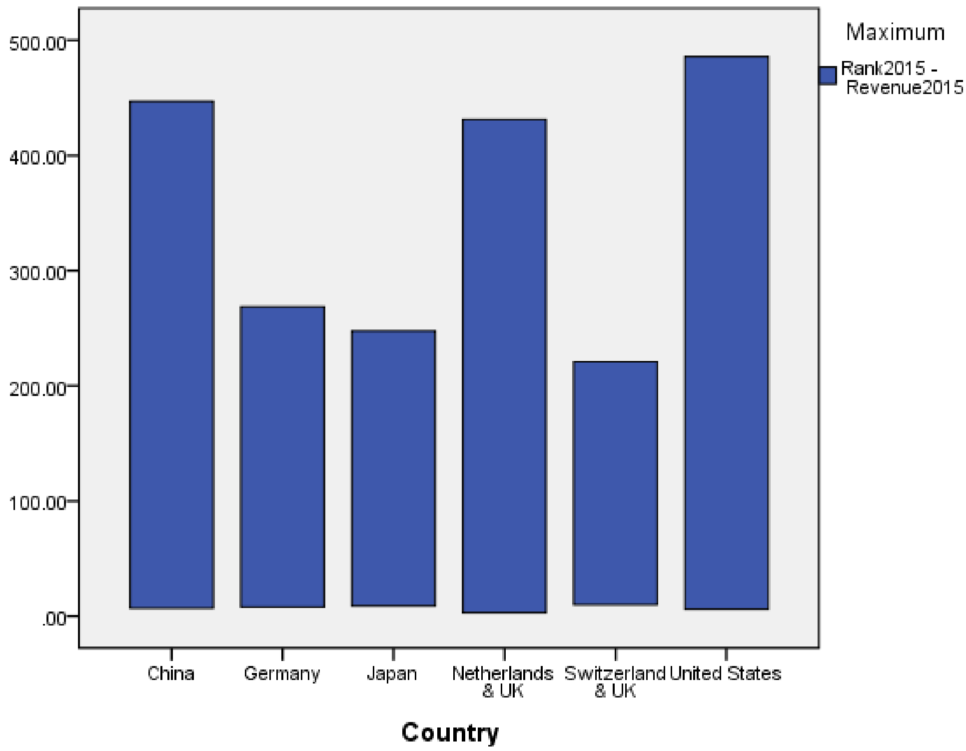
در ستون فرکونسی ۷ شرکت نفت و گاز و ۲ شرکت صنعت موتر آمده است.

در ستون فیصدی، ۵۸.۳ فیصد از موقعیت برتر را شرکت‌های نفت و گاز و ۱۶.۷ فیصد را شرکت‌های صنعت موتر به خود اختصاص داده‌اند.

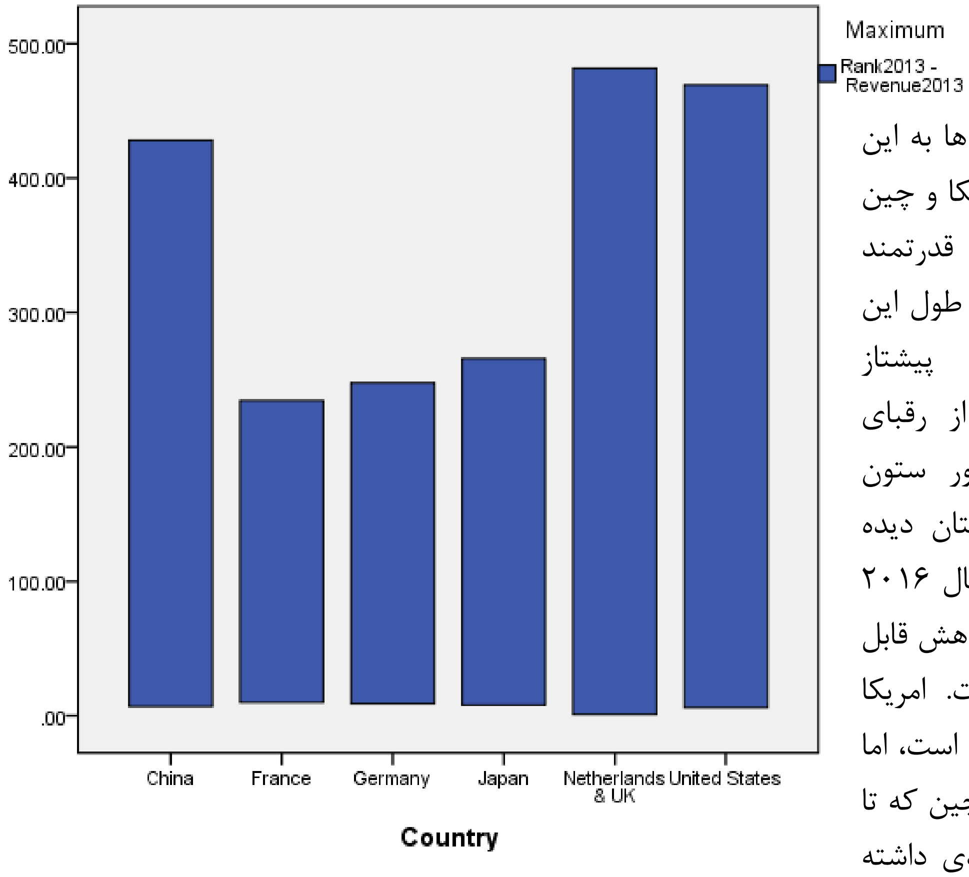
کشورهای پیشتاز سال ۲۰۱۶



کشورهای پیشتاز سال ۲۰۱۶

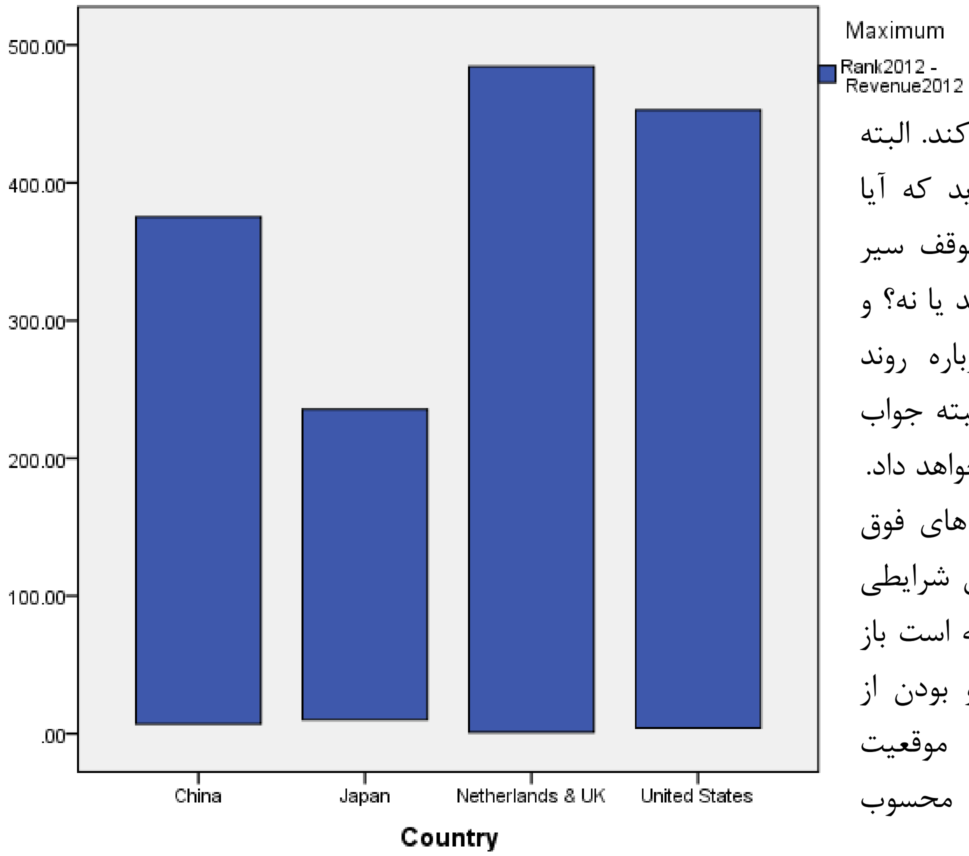


کشورهای پیشتاز سال ۲۰۱۳



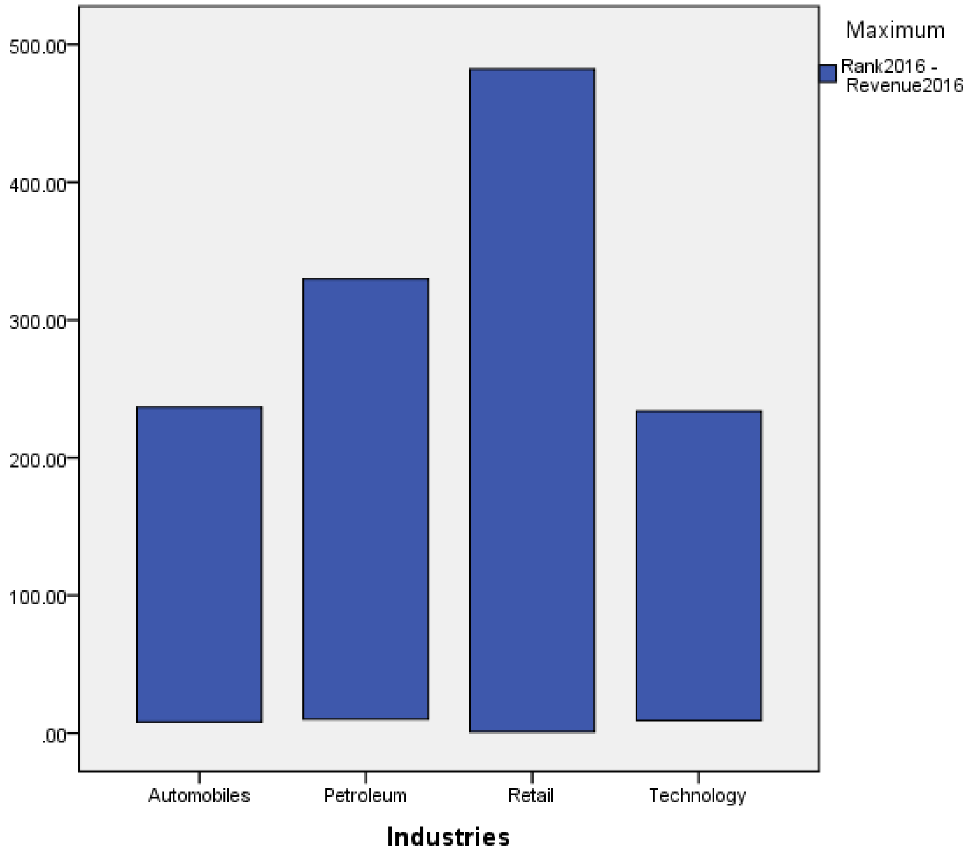
از مطالعه مجموع گراف‌ها به این نتیجه می‌رسیم که امریکا و چین به ترتیب، کشورهای قدرتمند اقتصادی هستند که در طول این چند سال همچنان پیشتاز مانده اند. یکی دیگر از رقبای قدرتمند این دو کشور ستون مشترک هلند - انگلستان دیده می شود که البته در سال ۲۰۱۶ میلادی ستون مذکور کاهش قابل ملاحظه ای داشته است. امریکا تغییرات چندانی نداشته است، اما در مقابل امریکا کشور چین که تا سال ۲۰۱۵ روند صعودی داشته است ناگهان در سال ۲۰۱۶ از

کشورهای پیشتاز سال ۲۰۱۲

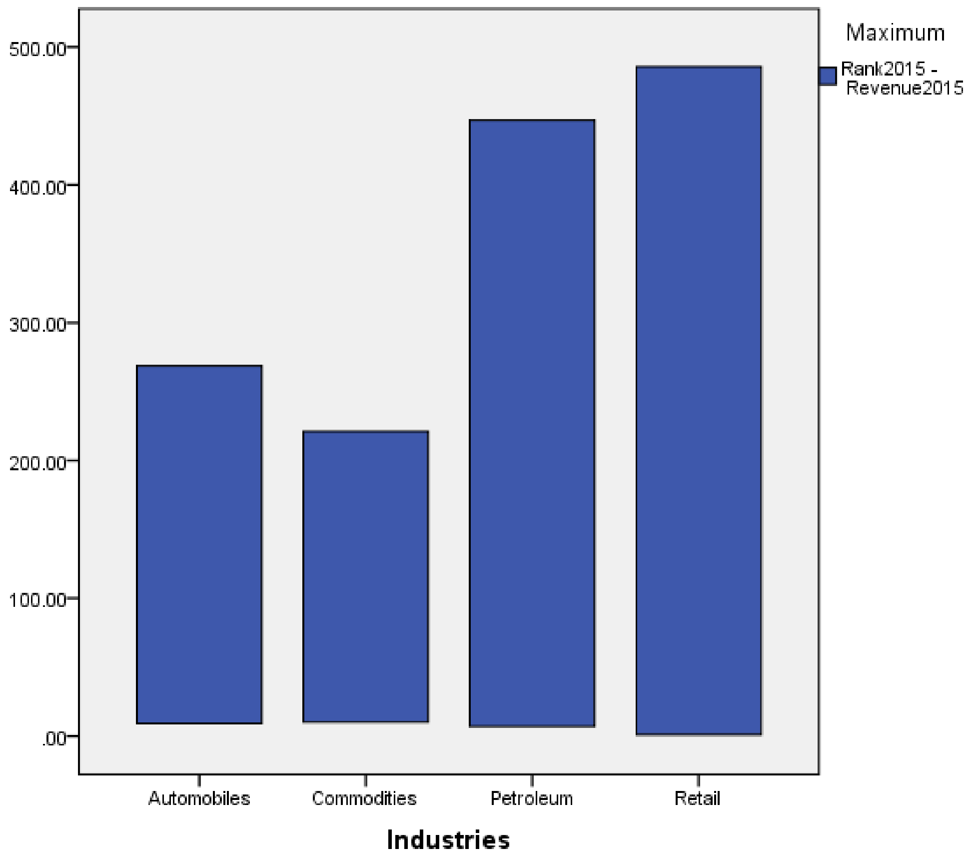


جایگاه خودش افت می‌کند. البته در سال ۲۰۱۷ باید دید که آیا کشور چین موفق به توقف سیر نزولی خودش خواهد شد یا نه؟ و آیا خواهد توانست دوباره روند صعودی را طی کند؟ البته جواب این پرسش‌ها را آینده خواهد داد. بر اساس مطالعه گراف های فوق باید گفت که: در همین شرایطی هم که چین افت داشته است باز هم کشور چین با جلو بودن از دیگران تهدیدی برای موقعیت اقتصادی امریکا محسوب می‌گردد.

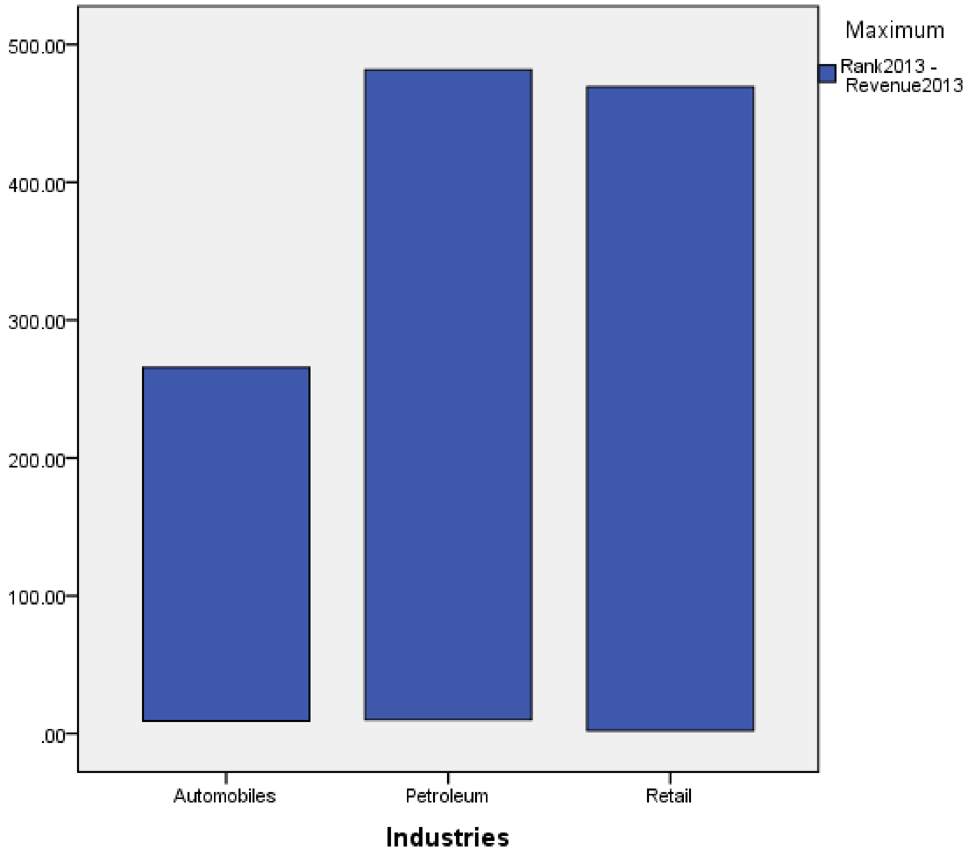
صنایع پیشتاز سال ۲۰۱۶



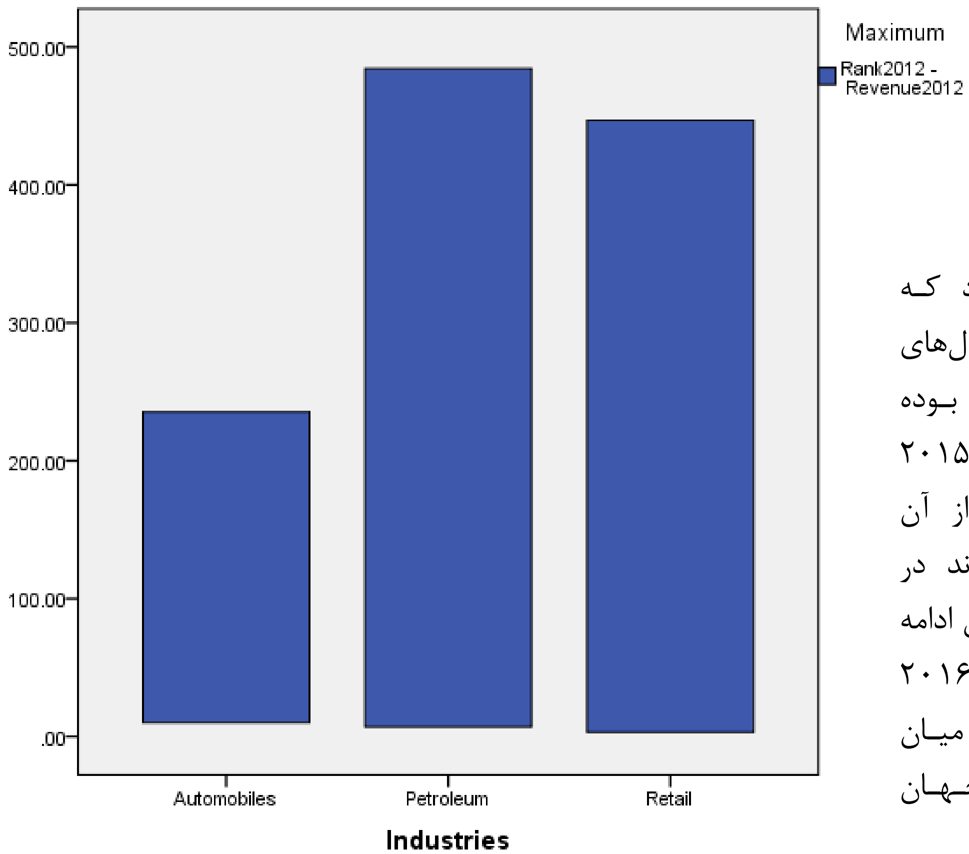
صنایع پیشتاز سال ۲۰۱۵



صنایع پیشتاز سال ۲۰۱۳

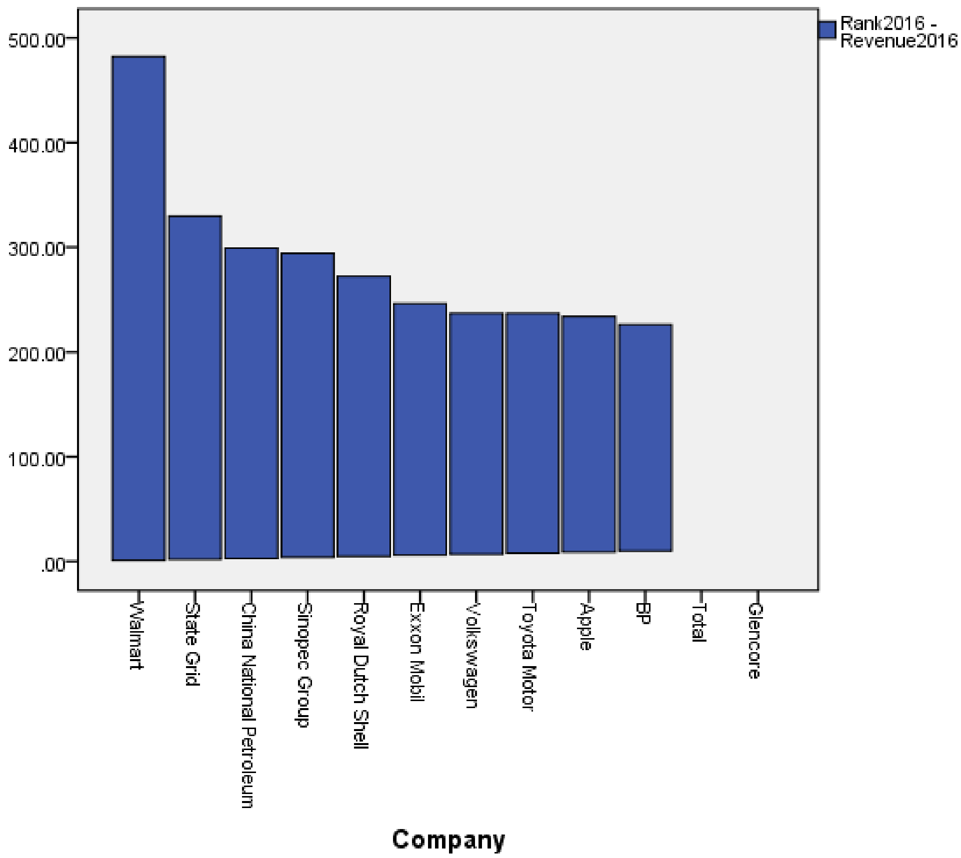


صنایع پیشتاز سال ۲۰۱۲

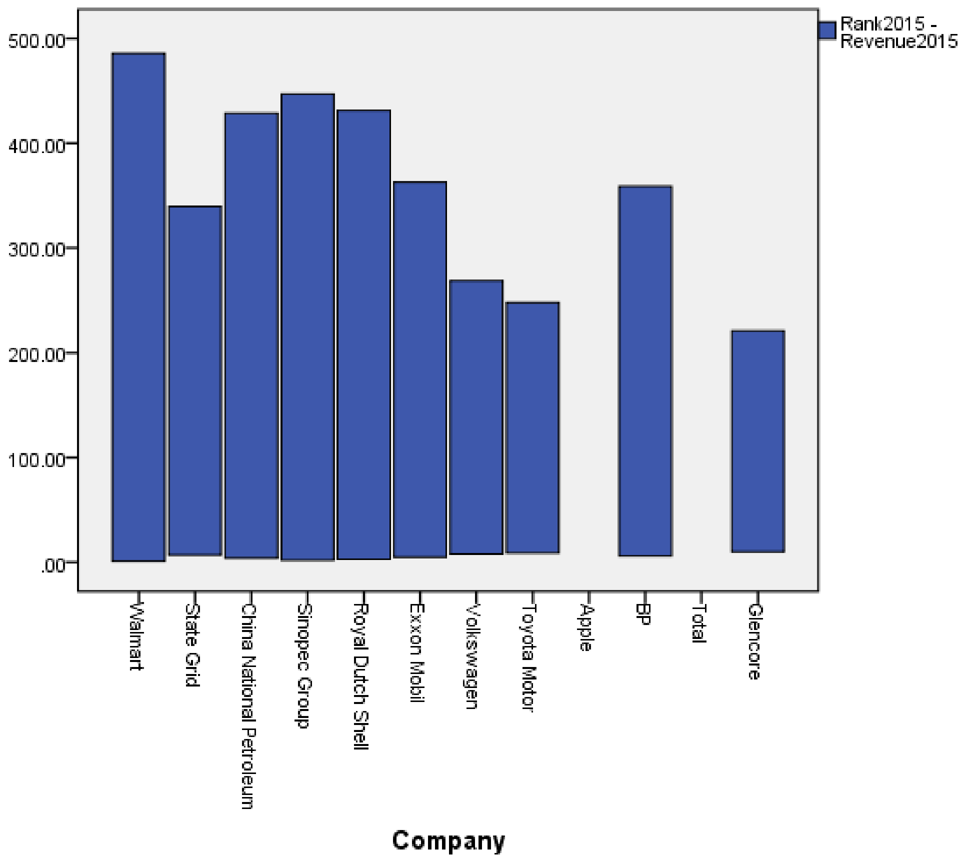


در گراف‌ها دیده می‌شود که صنعت نفت و گاز در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ پیشتاز بوده است. اما در سال ۲۰۱۵ صنعت خرده فروشی از آن پیشی می‌گیرد و این روند در سال ۲۰۱۶ نیز همچنان ادامه داشته است. در سال ۲۰۱۶ صنعت تکنالوژی نیز در میان بهترین‌های اقتصادی جهان عرض اندام می‌کند.

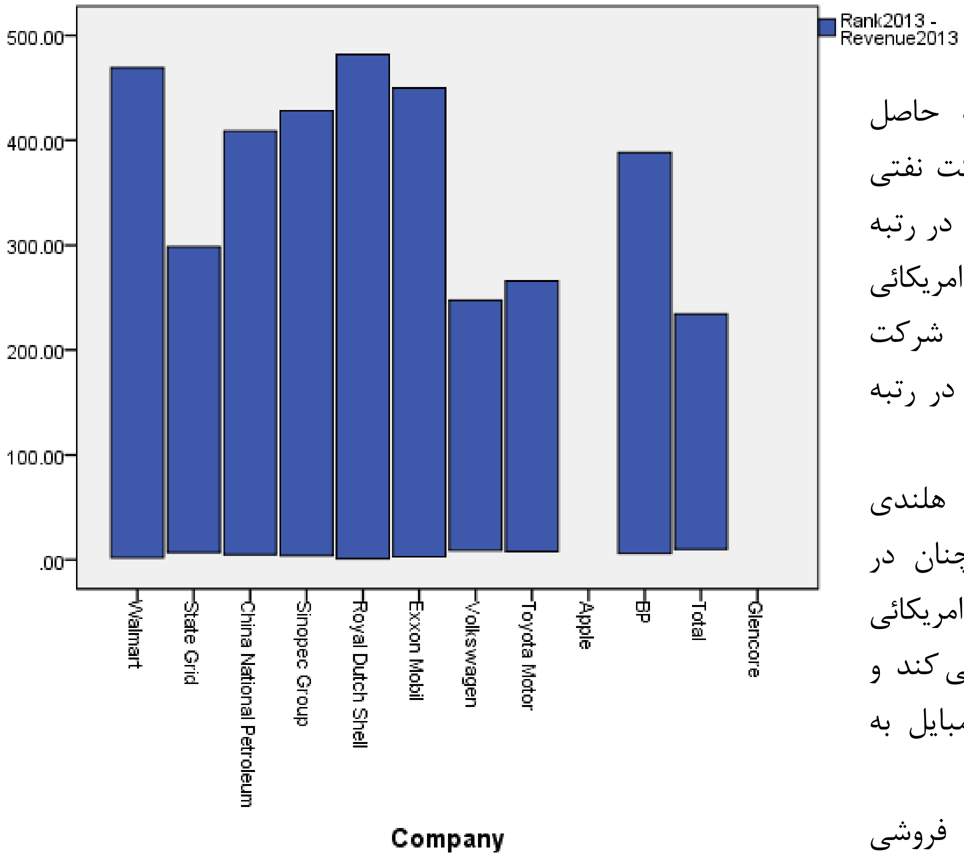
شرکت‌های پیشتاز سال ۲۰۱۶



شرکت‌های پیشتاز سال ۲۰۱۵



شرکت‌های پیشتاز سال ۲۰۱۳

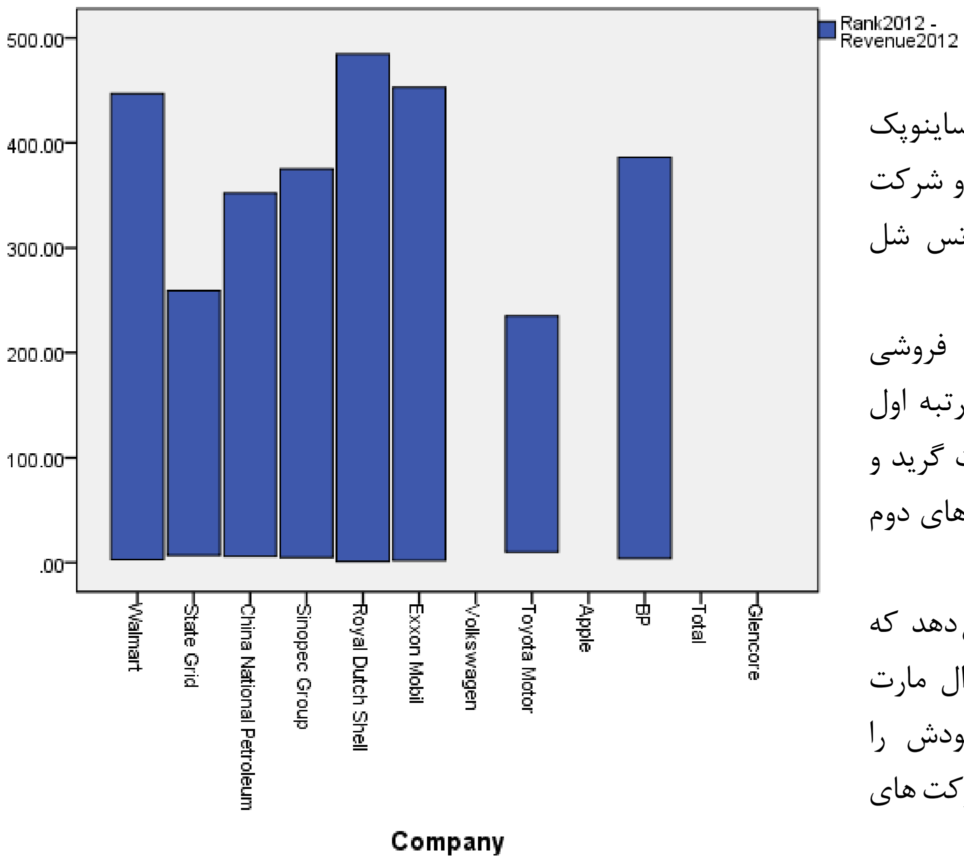


از مطالعه گراف ها این نتیجه حاصل می‌شود که در سال ۲۰۱۲ شرکت نفتی هلندی انگلیسی رویال داتس شل در رتبه اول قرار داشته و شرکت نفتی امریکائی اکسون مبایل در رتبه دوم و شرکت خرده‌فروشی امریکائی وال مارت در رتبه سوم قرار داشتند.

در سال ۲۰۱۳، شرکت نفتی هلندی انگلیسی رویال داتس شل همچنان در رتبه اول، و شرکت خرده‌فروشی امریکائی وال مارت به رتبه دوم صعود می کند و شرکت نفتی امریکائی اکسون مبایل به رتبه سوم نزول می‌کند.

در سال ۲۰۱۵، شرکت خرده فروشی امریکائی وال مارت به رتبه اول صعود

شرکت‌های پیشتاز سال ۲۰۱۲

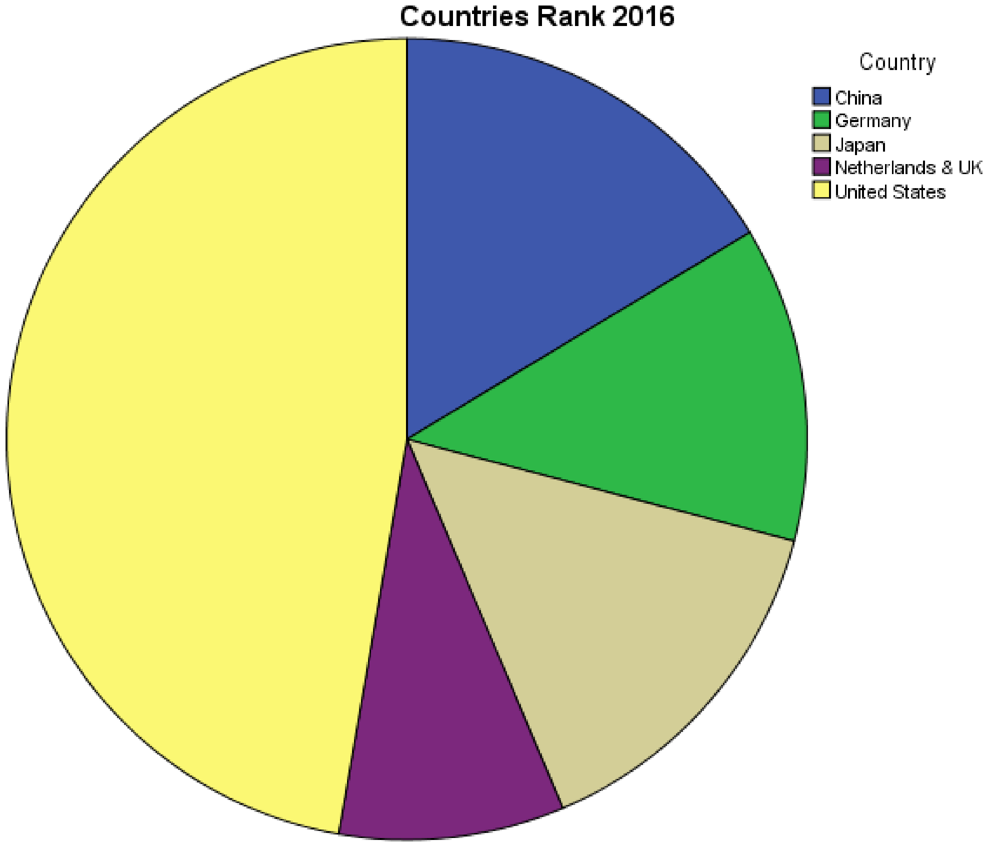


می‌کند و شرکت نفتی چینائی ساینوپک گروپ به رتبه دوم صعود می‌کند و شرکت نفتی هلندی انگلیسی رویال داتس شل هم به رتبه سوم نزول می‌کند.

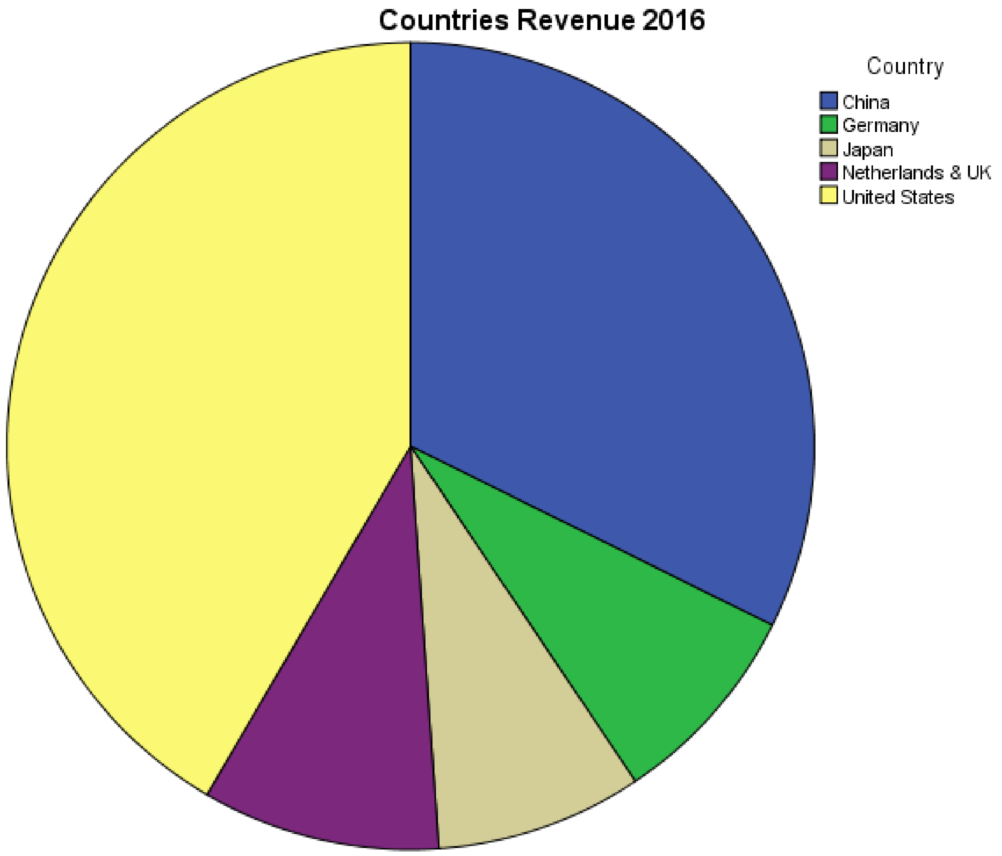
در سال ۲۰۱۶، شرکت خرده فروشی امریکائی وال مارت همچنان در رتبه اول و شرکت‌های نفتی چینائی استیت گرید و نشنال پطرولیم به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم صعود می‌کنند.

مقایسه گراف‌های فوق نشان می‌دهد که شرکت خرده فروشی امریکائی وال مارت در این سالها سیر صعودی خودش را همچنان حفظ کرده است و شرکت‌های نفتی چینائی هم صعود داشته‌اند.

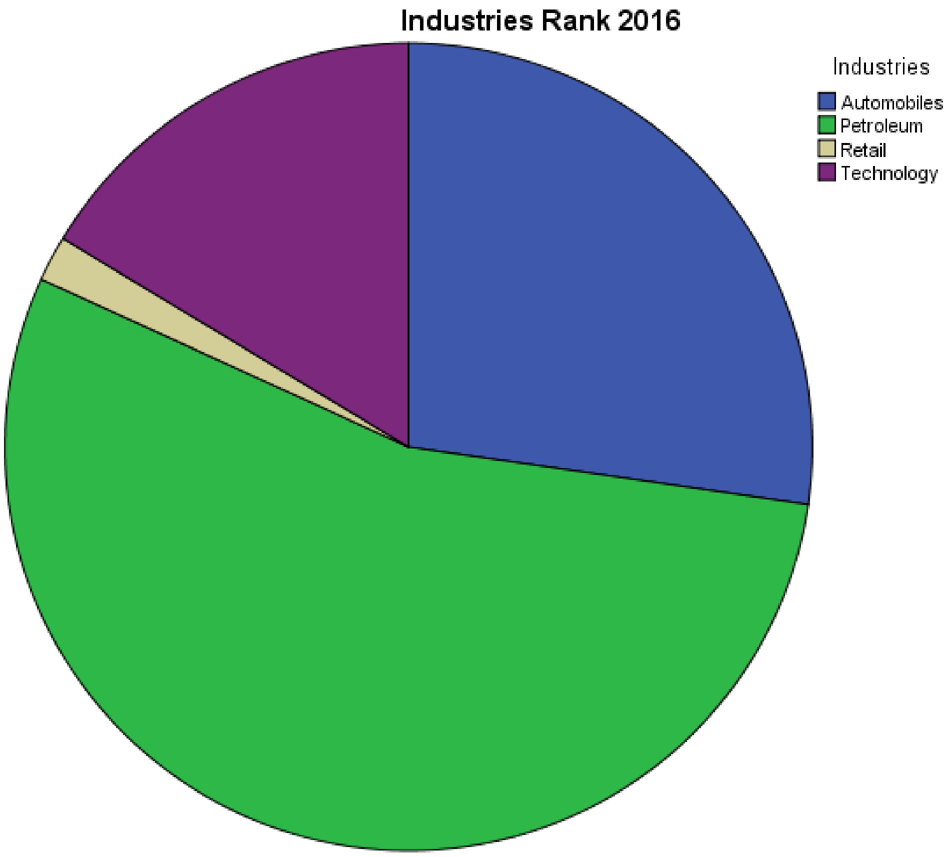
رتبه‌بندی کشورها در سال ۲۰۱۶



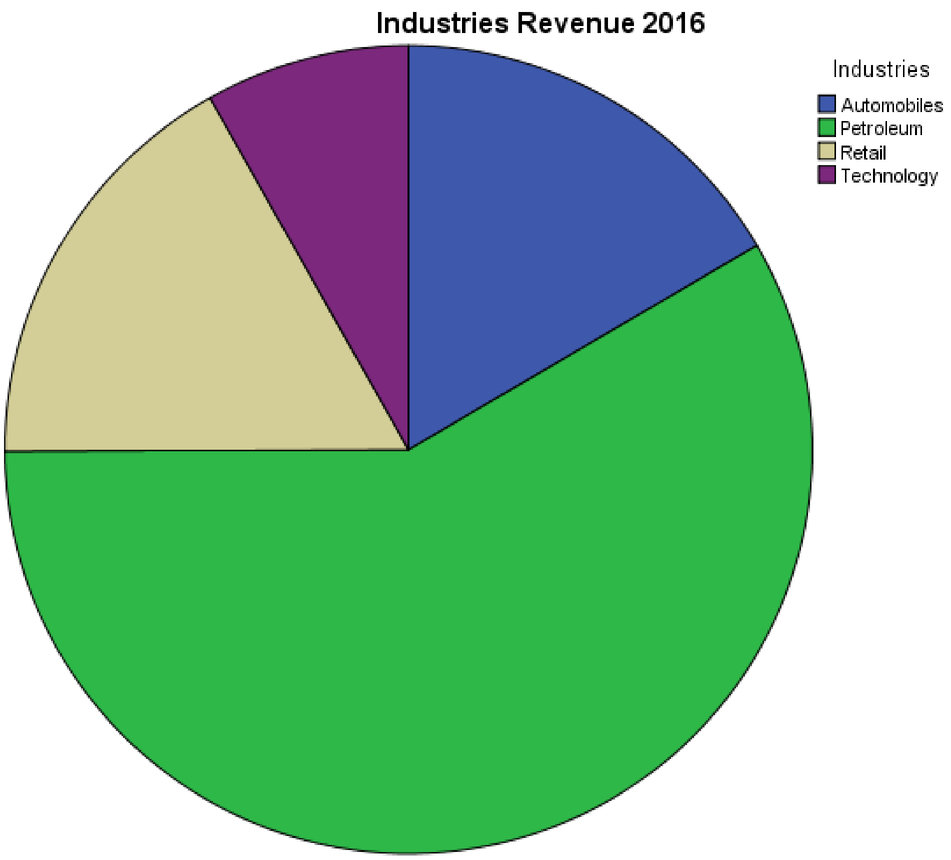
عواید کشورها در سال ۲۰۱۶



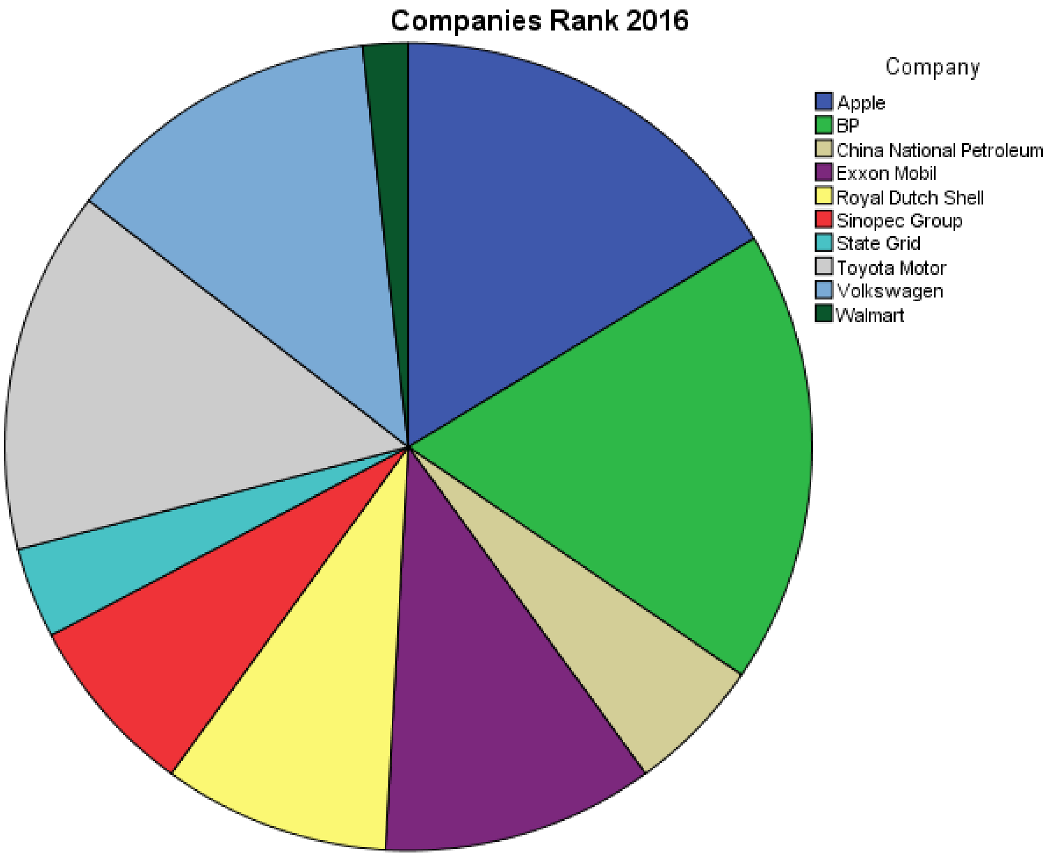
رتبه‌بندی صنایع در سال ۲۰۱۶



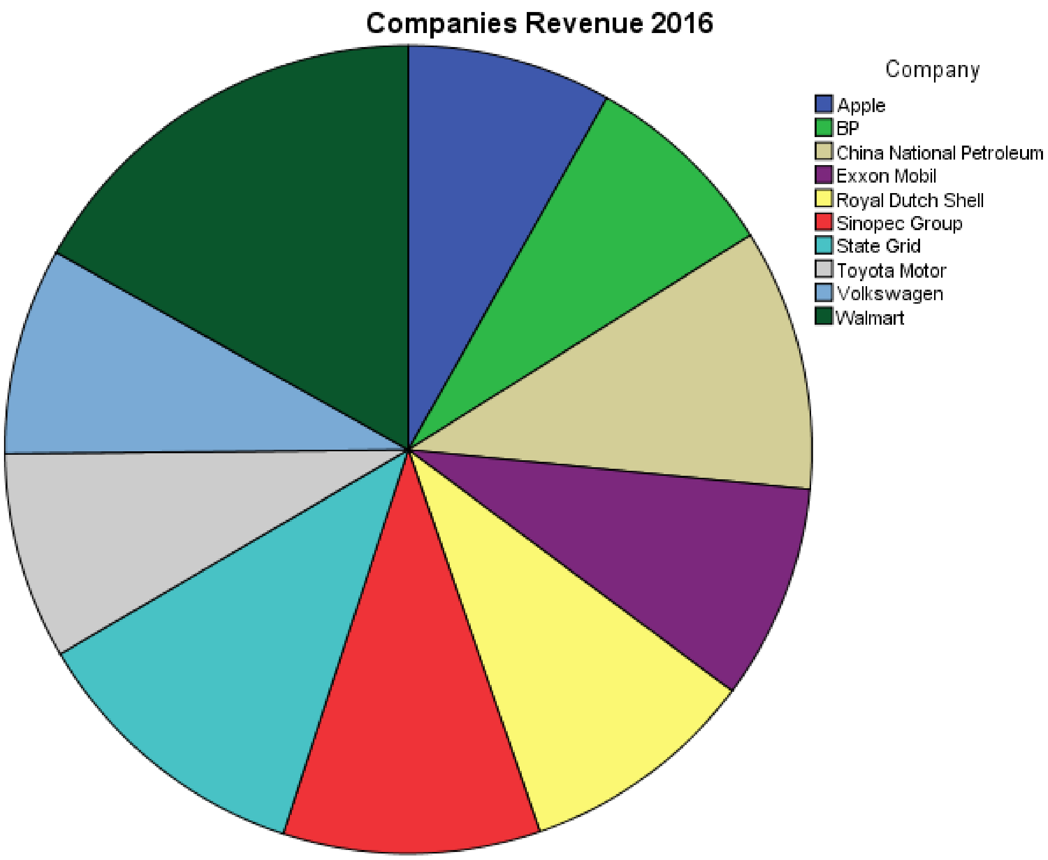
عواید صنایع در سال ۲۰۱۶



رتبه‌بندی شرکت‌ها در سال ۲۰۱۶



عواید شرکت‌ها در سال ۲۰۱۶



نتیجه‌گیری

در مقدمه این گزارش تحقیقی مختصر، به دو هدف اصلی گزارش اشاره گردید. اکنون با مطالعه جداول و گراف های تحلیلی احصائیوی دانسته ایم که:

شرکتهای امریکایی و چینی نسبت به دیگر کشورهای مندرج در گزارش مجله فرچون در موقعیت برتر قرار دارند. و از این مسئله دیده می‌شود که این دو کشور مطابق به گزارش مجله مذکور، دو قدرت اقتصادی برتر هستند که حرف اول را در جهان اقتصاد می‌زنند.

در خاتمه باید یادآور شوم که کار با برنامه SPSS در تهیه این گزارش تحقیقی مختصر بسیار دلچسب بود. چیزهایی را آموخته‌ام و تلاش می‌کنم تا در گزارش‌های بعدی آموخته‌های خودم را در کار با این برنامه فوق‌العاده مفید و موثر افزایش بدهم.

با آرزوی صحتمندی و موفقیت

یما حمید

۱۳۹۵/۱۰/۲۳



پژوهش کننده: سید رفیع حسینی

۱۳۹۵/۳/۲۵

تمرکز قدرت و تصمیم گیری در سازمان های انتفاعی

چکیده

مدیریت مشکل ترین وظیفه بشر، شناخته شده است، چنانچه رشد و ورشکستگی سازمان وابسته به تصمیم‌گیری های مدیر سازمان می‌باشد. تصمیم‌گیری یکی از وظایف عمده مدیران است، زیرا چگونگی سوق دادن کارمندان، سازماندهی، استفاده از فرصت ها.... وابسته به آن است. اما اگر تصمیم‌گیری و قدرت فقط منحصر به یک فرد باشد، و کارمندان مانند روبوت های ساخته شده کار کنند، آیا می توان چنین تصمیمی را درست دانست و آینده درخشان را برای سازمان رقم زد. شاید جواب های مختلفی وجود داشته باشد که هر کدام شان مزایا و معایب خاص خود را دارا می‌باشند.

واژگان کلیدی

تمرکز، قدرت، تصمیم گیری، سازمان، انتفاعی، کنترل، بهره وری، اثربخشی، کارآمدی.

مقدمه

مدیریت فراگرد به کارگیری موثر و کارآمد منابع مادی و انسانی بر مبنای یک نظام ارزشی پذیرفته شده است که از طریق برنامه ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل عملیات، برای دستیابی به اهداف تعیین شده صورت می گیرد. میزان موفقیت در به کارگیری شیوه های رهبری و مدیریت، تحت تاثیر ارزشهای حاکم بر بافت فرهنگی جامعه قرار دارد. در واقع هر جامعه معین، فراخور ماهیت عناصر تشکیل دهنده خود، از نظام ارزشی خاصی برخوردار است. یکی از فعالیتهای اصلی مدیریت تصمیم‌گیری است. تصمیم گیری با تشخیص مسایل، تعیین جانشین‌های حل مسایل، انتخاب از بین آنها، و اجرای راه حل انتخاب شده سروکار دارد. در ادبیات مدیریت نوین، هریک از وظایف سنتی مدیران مانند برنامه ریزی، سازمان دهی، کنترل و .... جلوه هایی از نوعی تصمیم گیری هستند. فرآیند تصمیم گیری تابعی از عوامل مهمی چون موضوع تصمیم، فرد تصمیم گیرنده، زمان تصمیم گیری و از همه مهمتر پیچیدگی متغیرهای دخیل در تصمیم گیری است. زندگی مجموعه ای از تصمیمات مختلف است که در گستره‌ای از موقعیت‌ها و مشکلات بسیار ساده تا پیچیده اتخاذ می گردند. ما هر روز تصمیم های زیادی برای خود می‌گیریم که بعضی تصمیم ها ساده و کم اهمیت بوده و ممکن است تاثیر بسیاری بر زندگی ما نداشته باشد: مانند لباس پوشیدن یا غذا خوردن ولی بعضی از آنها مهم هستند و می‌توانند اثرات بسیاری بر زندگی فردی و اجتماعی ما بگذارند: مانند تصمیم گیری در یک سازمان در جهت تحقق اهداف سازمان و افراد آن. تصمیم‌گیری یک امر مهم و اساسی در زندگی هر فرد است و موفقیت یا عدم موفقیت افراد ارتباط بسیار زیادی با تصمیم گیری های صحیح آن ها دارد. رشد توانایی تصمیم گیری به افراد احساس آزادی بیشتری بخشیده و موجب کنترل بهتر آنان بر زندگی شخصی و اجتماعی آنان می شود. عامل کلیدی در این که (باعث رخ دادن رویدادها شویم) نه این که (تسلیم رخ دادن آن‌ها باشیم) تصمیم گیری ماهرانه یی است. به جای این که به شرایط اجازه دهیم تا سرنوشت ما را رقم بزنند، خودمان تعیین کننده رویدادها و سرنوشت خویش باشیم.

(سایت مرکز خدمات مشاوره شهید محلاتی،۱۳۹۱.)

در این مقاله نیز سعی شده است، تا تمرکز و انحصار تصمیم‌گیری در سازمان ها را به رشته تحریر در آوریم و نظر به اینکه پیچیدگی‌های زیادی را بوجود آورده است و سازمان را در جهت سلیقه یی برخورد کردن، ایجاد تعصب، دل سرد شدن کارمند... سوق می دهد. سعی می کنیم تا با استفاده از مطالب مفید کتاب‌ها، انترنت، مقالات نوشته شده و غیره برای غنامند سازی بیشتر استفاده نمائیم.

بیان مساله

تعاریف و مفاهیم

تصمیم: همه مدیران با فراگرد تصمیم سروکار دارند، زیرا حرفه آنان چنین اقتضاء می کند. با وجود این، بیشتر آنان از تحلیل اینکه چگونه یک تصمیم را اتخاذ می کنند، ناتوانند، همان گونه که یک بازیکن حرفه یی الزاما نمی تواند چگونگی گردش بازوانش را هنگام پرتاب توپ بسکتبال ترسیم کند، در حالی که به طور طبیعی بارها چنین کاری را انجام داده است. در واقع تصمیم‌گیری و مدیریت را می‌توان مترادف دانست؛ زیرا تصمیم گیری جزء اصلی مدیریت است.

به نظر من تصمیم‌گیری یعنی اتخاذ یک تصمیم از بین چندین تصمیم. مدیران برای اینکه بتوانند تصمیم بهتری را اتخاذ نمایند، باید از مشوره و نظریات مدیران نیز استفاده نمایند و قدرت تصمیم گیری را متمرکز نسازند. تا از یک طریق عملکرد سازمان بهتر شده و از طرفی بهره وری سازمان افزایش یابد.

سازمان: عبارت است از مجموعه یی از افراد که برای تحقق اهدافی معین همکاری می کنند.

تصمیم گیری: عبارت است از فرآیند شناسایی و حل مسائل سازمان.

فرآیند تصمیم گیری در سازمان

فرایند تصمیم گیری از شش مرحله تشکیل شده است. مراحل تصمیم گیری از نظر صاحب نظران مختلف به صورت های متفاوت ارائه شده است؛ اما همه از یک زمینه کلی صحبت می کنند.

۱. **شناخت مشکل یا فرصت:** اولین قدم در فرایند تصمیم گیری است و می باید بیشتر به دنبال فرصت های تصمیم گیری بود تا رفع مشکلات، چرا که سرانجام مشکلات خودشان را ظاهر می سازند.
۲. **تعیین معیارهای تصمیم:** این امر مستلزم تعیین عوامل مهم در تصمیم گیری است.
۳. **تخصیص درجه اهمیت به معیارها:** باید معیارها را با توجه به درجه اهمیت آنها در تصمیمات طبقه بندی کرد.
۴. **کشف راه حل ها:** مدیر باید از راه هایی که ممکن است او را در حل مساله کمک کند، فهرستی تهیه نماید و از ارزیابی تمام راه حل ها اجتناب ورزد.
۵. **ارزیابی راه حل ها:** مدیر باید راه حل ها را ارزیابی و نقاط قوت و ضعف هر یک را بشناسد.
۶. **انتخاب بهترین راه حل:** مرحله نهایی در فرایند تصمیم گیری سازمانی است.

انواع شیوه های تصمیم گیری

۱. **تصمیم گیری آمرانه:** در موقعیت هایی بکار می‌رود که مدیر برای رسیدن به نتیجه، تجربه و اطلاعات لازم را در اختیار دارد و اطمینان ندارد که پیرو در این باره کمکی کند. در این وضعیت مدیر خود تصمیم‌ها را اتخاذ می‌کند و پیروان اطلاعات چندانی ندارند.

به نظر من چنین تصمیم گیری، همان تمرکز قدرت و تصمیم می باشد، که امروزه مدیران بخاطر کنترول بهتر سازمان و اینکه از تمام جزئیات کارها و فرایندهای عملیاتی باخبر باشند، استفاده می کنند. ممکن است تصمیمی که اتخاذ می شود، عادلانه نبوده و یا هم شخصیت کارمندان را مبنی بر عدم داشتن اعتماد مدیر لطمه دار کند.

۲. **تصمیم گیری مشاوره یی:** زمانی که مدیر تشخیص دهد که پیروان در زمینه موضوع تا اندازه یی دارای تجربه یا دانش هستند ولی ضمن داشتن تمایل هنوز توانایی کمک را ندارند، در این حالت مدیر پیروانی را که می توانند در رسیدن به تصمیم کمک کنند بر می گزیند و از آن ها تقاضا کمک می کند و پس از شنیدن نظر آن ها تصمیم نهایی را می گیرد.
۳. **تصمیم گیری تسهیل بخش:** یک اقدام همراه با همکاری است که در آن مدیر و پیروان برای

رسیدن به یک تصمیم مشترک با هم کار می کنند.

۴. **تصمیم گیری تفویضی:** در مورد پیروانی به کار می رود که دارای آمادگی حداکثر، تجربه و اطلاعات لازم برای تصمیم گیری هستند. (حقیقی و دیگران، ۱۳۸۰)

مفهوم قدرت

قدرت واژه یی است که در مکالمات روزمره، روزنامه ها و نشریات بکرات بکار می رود، ولی تجزیه و تحلیل، درک و تبیین آن در ارتباط با رفتار افراد، گروهها و سازمان کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

قدرت به دو صورت بالقوه و بالفعل می تواند وجود داشته باشد. ممکن است کسی یا سازمانی قدرت بالقوه داشته باشد ولی آن را اعمال نکند.

توزیع قدرت

در مورد توزیع قدرت دو نگرش وجود دارد. یک نگرش، نگرش مارکسیستی است که قدرت را محدود می داند. قدرت در یک زمان خاص فقط می تواند در اختیار یک واحد باشد و مارکسیست‌ها آن واحد اجتماعی را طبقه می نامند. جامعه از طبقات زیادی تشکیل می شود و منافع طبقات با هم در تضاد است. طبقه یی که قدرت را به دست می گیرد بقیه طبقات را از دسترسی به قدرت محروم می کند.

این نوع نگرش به قدرت، قدرت را مجموع صفر می داند، یعنی وقتی طبقه حاکم قدرت را در دست دارد، بقیه طبقات قدرتی نخواهند داشت.

در نگرش دوم که از افکار پارسونز نشات می گیرد قدرت نامحدود تلقی می شود. قدرت منبعی نیست که یک واحد اجتماعی (فرد، گروه، سازمان یا طبقه) آن را در اختیار خود بگیرد و بقیه واحدها را از آن محروم کند تا بقیه واحد ها در صدد باشند قدرت را از او بازستانند.

توزیع قدرت در سازمانها سلسله مراتبی است. سطوح عالی از قدرت بیشتری برخوردارند و هر چقدر به سمت پایین تر حرکت کنیم، میزان قدرت کمتر می شود. تمرکز یا عدم تمرکز قدرت بستگی به متصدی پست دارد. چنانچه افراد سطوح عالی سازمان مقداری از قدرت را به زیردستان خود تفویض کنند، تمرکز قدرت کمتر خواهد شد و قدرت در سطح سازمان توزیع می شود. در حالتهایی که مدیران ارشد سازمان سبک استبدادی را در پیش گیرند، تمرکز قدرت وجود خواهد داشت و رده های عملیاتی از قدرت بی بهره می مانند.

تمرکز گرایی و یا همان تمرکز قدرت و تصمیم گیری در هر سازمانی عواقب و پیامدهایی دارد، که یکی از آنها پدیدهٔ شخصیت قدرت نگر است. در سازمانی که تحت تاثیر اندیشه های تمرکز گرایی اداره می شود همه عناصر در یک مجموعه ادغام شده و در انجام هر عملی (حتی کوچک) از راس واحد دستور می‌گیرند، هرم سازمانی عمودی است و جریان اندیشه در درون هرم صرفا تابعی است از توان مدیریت. این نوع سازماندهی با ماهیت کار نیروی انسانی شاغل در سازمان تباین می یابد.

کار تولید اثر، نوعی آفرینش هنری است پس فرد مولد (نویسنده یک مقاله، مترجم یک متن، محقق) باید از اختیار کافی جهت گزینش موضوع، تمهید شرایط و در نهایت تولید اثر برخوردار باشد و این مستلزم افقی شدن هرم سازمانی، کاهش کنترل و در نهایت بها دادن به گرایش هایی است که امروز عدم تمرکز یا تمرکز زدایی خوانده می شود.

در این صورت هر جزء از کل سازمان تعلق به کل ارگانیسم، دارای اختیارات کافی جهت خلق آثار ارزنده است، نیازهای خود را در اکثر موارد بدون انتظار از مقامات بالا پاسخ می‌گوید و تا آنجا که ممکن است شخصیت برجسته سازمانی خود را حراست می نماید.

جریان اندیشه در یک واحد سازمانی می تواند بدون مانع، سریع در هر دو جهت (از بالا به پایین و از پایین به بالا) صورت یابد تا با کار در درون هر واحد و با گذشت زمان بلوغ شخصیت یک یک اعضاء ارتقا پذیرد. هر تخطی بی هیچ مانعی آشکار گردد و سازمان به نوعی خود پالائی مستدام بپردازد. این نوع سازمانی را مردمی یا مردم سالار شده و یا افقی می خوانند. در برابر آن تمهید هرم سازمانی به صورت عمودی است. در این صورت، سازمان نوعی نظم صوری، حیات صوری، انقیاد صوری و به طور کل جهانی بیگانه پسند می یابد. در حالی که در درون آن بیماری های خاص مدیریت مستبدانه، نظیر خوشاوند گرایی، استقرار روبط به جای ضوابط و در نهایت پیدایی شخصیتی کاذب که با عنوان شخصیت قدرت نگر از آن یاد می کنند، بروز و ظهور می نماید. بی هیچ تردید سازمان های باز از نوع اول در هر زمینه موجبات شکوفایی بسط و تجلی استعدادهای خلاق

کارگزاران را موجب می شود و در دوران برگزیدگان را که شرط لازم در شکوفایی یک واحد فرهنگی است پدید می‌آورد.

تمرکز گرایی و یا تمرکز قدرت در هر سازمانی عواقب و پیامد هایی دارد که یکی از آنها پدیدۀ شخصیت قدرت نگر است، شخصیت قدرت نگر، شخصیتی است، خاص که در هر عمل ضابطه را نه منطق و درستی عمل یا اقدام بلکه روابط قدرت قرار می دهند. بدینسان چنین فردی زمانی که در برابر کلام یا پندی قرار می گیرد صرفا با توجه به میزان قدرت گوینده کلامش را ارزش می نهد یا طرد می کند. چنین فردی در برابر قدرت مافوق سازمان، تسلیم محض است و از زیر دستان نیز چنین تسلیمی را طلب می کند. در سازمان تمرکز گرا مدیر به عنوان شخصیت قدرت نگر، به خوبی می داند که مدیریت نمی کند بلکه برعکس خودش به نوع خاصی مدیریت می شود. سازمانی که فاقد پژوهش بوده و دانش آن نسبت به خود و محیط اش ثابت است اسیر منطق کاهش نسبت آگاهی شده و مدام پیر می شود و سازمان فوق با هر تغییری که در محیط و خواسته های نیروی انسانی درونی اش روی می دهد، ناچار می شود سهم بیشتری از منابع کمیاب خود را صرف ایجاد ثبات در موقعیت فعلی خود نماید که قبلا داشت. جریان تخصیص منابع کمیاب برای حفظ حالت طبیعی سازمان، درست بماند آن شخصی است که مدام پیر می شود اما می خواهد ظاهر خود را چنان کند که دیگران بپندارند که وی کماکان جوان است.

مدیر فعال در یک سازمان دارای ۳ نیرو است:

۱. نیروی سیاسی یا همان نیروی تحکمی
۲. نیروی اقتصادی یا همان نیروی حاصل از اتحاد کار و سرمایه با یکدیگر
۳. نیروی فرهنگی یا همان نیروی اصلاح کننده نسبت به آگاهی یا افزون کننده دانش

هر یک از این نیروها دارای نقش خاصی در سازمان هستند که در صورت به کارگیری آنها در موقعیت مناسب می توان به آنها نقش توسعه آفرین و در صورت به کارگیری نادرست از آنها نقش مرگ آفرین داد. به عبارت دیگر در حالت تمرکز گرایی به عوض آن که منابع کمیاب در راه توسعه دانش و فضای آزاد برای خلاقیت صرف شوند به نیروی تحکم اختصاص داده شده و مدیر را مدام دیکتاتورتر می کند و مدیر در خلاء پژوهش مدام حکم کننده و دیکتاتور منش می شود و به مدیری تبدیل می شود که بهشت را در گذشته جستجو می کند او و سازمان از آینده گریزانند چرا که آینده مدام بر بحران در سیستم می افزاید و سازمان را دستخوش تحولات ناشناخته می کند:

(فقدان پژوهش در سازمان به معنی پیری و مرگ سازمان است اگر می‌بینید سازمانی فاقد پژوهش هنوز در حال استمرار و زندگی است بدانید که منبع لازم را برای حیات خود از جایی دیگر اخذ می کند و این به معنی زندگی انگلی است.)

مدیر سازمانی تمرکز گرا در سه حالت قرار می گیرد:

حالت اول- مدیر گزینش تکرار را به سازمان تحمیل می کند و چون فاقد نیروی پژوهش است طبعا با همان دانش ثابت خود زندگی را ادامه می دهد. وجود دانش ثابت در سازمان منجر به پیر شدن سازمان شده و سازمان را به سوی مرگ یا زندگی انگلی می کشاند.

حالت دوم- مدیر گزینش مشابه آن چه در حیات است از خود نشان می دهد و توان خلاق سازمان را به صورت انفعالی بروز می دهد که می توان گفت به نوعی تاثیر پذیری خلاق از محیط زیست یافته است. چنین مدیری توان انتخاب محدود دارد و چون قدرت پیشبینی آینده را ندارد او مدیری عجول اما خلاق، خواهنده اما منفعل است.

حالت سوم- مدیر توان بروز خلاقیت بر آینده اش شده، روش زندگی را در محیط اجتماعی دگرگون سازد. او رابطه اصلی خود با پژوهش را تعریف می کند و نیروی تحکمی خود را به نیروی اقناعی تبدیل می کند، البته این حالت مستلزم افقی شدن هرم سازمانی و تمرکز زدایی است. پیامد دیگر تمرکز گرایی در سازمان، خویشاوند گرایی یعنی توجه به ملاک های خون و نسب و ارائه مناسب به خویشاوندان و نزدیکان بدون آن که افراد شایستگی آن را داشته باشند. به عبارت دیگر افراد در مناسبات اجتماعی، خود و منافع شخصی و خانوادگی خود را بر منافع جمعی و ملی ترجیح می دهند و به فرد اندیشی در مقابل جمع اندیشی تکیه می‌کنند.

در تمرکز سازمانی روابط میان ساختارهای مختلف حکومتی مطرح نیست، بلکه تمرکز سازمانی امری است مربوط به چگونگی مدیریت مقام مسئول در یک دستگاه. تمرکز سازمانی قدرت، ناظر بر روابط مقامات مرکزی یک دستگاه با

مسئولان واحدهای داخلی همان دستگاه، از نظر میزان اختیارات تفویض شده به مقامات زیر دست برای اجرای همان دستگاه، از نظر میزان اختیارات تفویض شده به مقامات زیر دست برای اجرای وظایف محول است. به عبارت دیگر، در تمرکز سازمانی اکثر تصمیمات توسط رئیس و معاونان سازمان اتخاذ می گردد، و مرکز ثقل تصمیم گیری در بالای سلسله مراتب سازمانی است. عدم تمرکز سازمانی وقتی ایجاد می شود که مدیران، روسا و هر یک از اعضای سازمان بتوانند در حدود وظایف و مسئولیت‌های خود نسبت به امور محول تصمیم گیری کنند، و از اختیارات کافی و متناسب با مسئولیت برخوردار باشند. بنابراین مبنای عدم تمرکز سازمانی، تفویض اختیار یا واگذاری اختیارات بیشتر و متناسب با مسئولیت‌ها به مدیران سطح های مختلف سلسله مراتب سازمانی، از سوی مقام مسئول دستگاه (وزیر، رئیس) است. برای اینکه تفویض اختیار موجب عدم تمرکز سازمانی گردد، رعایت سه شرط ضروری است:

۱. تفویض اختیار از طرف مقام های مرکزی سازمان به روسای ادارات و دوایر تابع باید برای اجرای وظایف خاص مدیریت (برنامه ریزی، سازماندهی، بودجه ریزی، کنترل و...) باشد.
۲. حدود و شمول تفویض اختیار به مدیران واحد های تابع، باید نسبتا وسیع باشد و بیش و کم به اقتضای نوع وظایف و شرایط کار، کلیه رده های سازمانی را در برگیرد.
۳. تفویض اختیار تحت شرایط مذکور جنبه انفرادی ندارد، بلکه باید به صورت مدون، و از طریق وضع مقررات خاص در نظام استقرار یافت باشد.

تفویض اختیار چیست ؟

تفویض اختیار یعنی انتقال قسمتی از اختیارات و وظایف خاص مدیر و رهبر دستگاه به زیردستان و رؤسای واحدها و دوایر تابع، به منظور تسریع در اجرای امور و تحقق به موقع هدفهای دستگاه، به بیان دیگر، هدف از تفویض اختیار اینست که زیردستان بتوانند در حدود وظایف محول مستقلاً تصمیم بگیرند و در هر مورد موظف نباشد از رئیس خود نظرخواهی کنند، تا موجب سرعت تحقق هدف‌های دستگاه شوند.

تفویض اختیار تابع به شرح زیر است:

۱. تفویض اختیار نسبت به قسمتی از اختیارات ممکن است نه نسبت به تمام آن.
۲. تفویض، از واگذارنده اختیار سلب مسئولیت نمی کند.
۳. تفویض اختیار قابل فسخ است.
۴. تفویض اختیار باید با نظارت توأم باشد.
۵. بین اختیارات و مسئولیت باید تناسب حفظ گردد.

نتیجه گیری

به نظر می رسد که تفویض اختیارات، جزء اساسی ترین موارد در مدیریت سازمان ها شناخته می شود و توسط این ابزار می توان شایسته سالاری، بهبود فرآیند مدیریت، تسریع عملیاتی، ارتقاء کارمندان و غیره را بوجود آورد. سازمان های که تمرکز قدرت را وسیله یی برای بهره کشی و وابسته گی کارمندان می دانند و گزینه مناسبی می پندارند، کارآیی سازمانی را به شدت کاهش داده و نیز باعث کاهش انگیزه برای کارمندان خواهند شد.

پس سازمان های موفق همواره تلاش می کنند تا با استفاده از روش های نوین مدیریتی و تفویض صلاحیت برای کارمندان، شکوه در سازمان را بوجود آورده و اعتماد کارمندان را افزایش خواهند داد.

برای اینکه شاهد پیشرفت سازمان ها و تداوم و خلاقیت آنها باشیم، باید سعی بداریم تا افراد و کارمندان را جزئی از سازمان دانسته و تصمیم گیری هایی را در حیطه وظایف شان سپرده، و از کنترل بیش از حدشان جلوگیری نمائیم.

منابع کتاب:

۱. رابینز، استیفن، تئوری سازمان (ساختار و طرح سازمانی)
۲. رضائیان، علی، مبانی سازمان و مدیریت

منابع انترنت:

1. http://www.socialsciences.ir
2. http://www.zahedaneh.ir/
3. http://www.verdinejad.com/

پایان

محفل افتتاح انجمن دانشجویان

فاکولته اقتصاد و مدیریت موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق



سخنرانی استاد نقیب الله رسولی رئیس محترم فاکولته اقتصاد و مدیریت موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق در محفل افتتاحیه انجمن ، ۱۳ میزان ۱۳۹۵

در روز سیزدهم ماه میزان امسال محفل افتتاحیه انجمن دانشجویان/ محصلان فاکولته اقتصاد و مدیریت موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق در سالن کنفرانس‌های موسسه برگزار گردید که از چند جنبه دارای اهمیت است.

اول اینکه روز سیزدهم میزان روز معلم است. به همین مناسبت این روز از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار می‌باشد. زیرا ما همه در مقابل معلمان و استادان عزیزی که با حوصله‌مندی و تلاش‌های بسیار داشته‌های گرانبهای خود را از طریق آموزش به ما انتقال می‌دهند و رنج رسیدن ما را بر دوش می‌کشند، مدیونیم. حقی که معلم و استاد بر گردن ما دارد حق بزرگی است. این حق را با پول و امتیاز و غیره چیزها نمی شود اداء کرد. برای ادای این حق تنها یک چیز و یک راه وجود دارد. و آن اینکه تا پایان عمر، نسل اندر نسل معلمان و استادان خود را محترم بشماریم و معلمی را ارج بنهیم.

بر این اساس برگزاری محفل افتتاحیه انجمن در روز معلم (سیزدهم میزان) این حُسن را با خود داشت که هیچگاه یاد و احترام و جایگاه رفیع معلمان و استادان مان را به فراموشی نسپاریم. و برای این منظور در اینروز با اهدای لوح تقدیر، به تقدیر از معلمان و استادان بزرگوار خود پرداختیم.



دوم اینکه در این روز از محصلان عزیزی که در طول سمستر موفق به کسب نمرات بالا گشته بودند به پاس تلاش‌هایشان با اهدای لوح تقدیر، تقدیر بعمل آمد. محصلان موفق عناصر تغییر و پیشرفت هستند و باید که قدر و ارزش‌شان به دیگران نشان داده شود. تا هم بر انگیزه های خودشان افزوده گردد و هم باعث انگیزه به دیگران گردند.

آموختن مسیری است پر پیچ و خم که در این مسیر رسیدن به مقاصد و اهداف والا مستلزم تلاش زیاد است. این تلاش از طریق تشویق و تقدیر محصلان و ارج‌گذاری آنها قابل دوام است.

سوم اینکه در این روز از ورزشکاران نیز تقدیر به عمل آمد. ورزش یکی از ضروریاتی است که هر فرد نیازمند به انجام آن است. محصلان برای داشتن قدرت فکری بهتر و بیشتر و تازگی و نشاط و شادابی ملزم به انجام تمرینات ورزشی هستند. ملک الشعرای بهار در این مورد چه زیبا سروده است:

تن زنده والا به ورزندگی است
که ورزندگی مایه زندگی است
به ورزش گرای و سرافراز باش
که فرجام سستی سرافکندگی است
به سختی دهد مرد آزاده تن
که پایان تن پروری بندگی است
دلی بایدت روشن و تن‌درست
اگر جانت جویای فرخندگی است
کسی کاو توانا شد و تندرست
خرد را به مغزش فروزندگی است
هنر جوی تا کام‌یابی و ناز
که جویندگی راه یابندگی است
ز ورزش میاسای و کوشنده باش
که بنیاد گیتی به کوشندگی است
درخشیدن این بلند آفتاب
ز بسیار کوشی و گردندگی است
نیاکانت را ورزش آن مایه داد
که شهنامه ز ایشان به تابندگی است
تو نیز از نیاکان بیاموز کار
اگر در سرت شور سرزندگی است

بطور خلاصه در محفل روز سیزدهم میزان ۱۳۹۵، بمناسبت روز معلم، از استادان گرامی تقدیر بعمل آمد، سپس دانشجویان/ محصلان پر تلاش و ورزشکاران مورد تقدیر و تحسین قرار گرفتند و در پایان انجمن دانشجویان فاکولتهٔ اقتصاد و مدیریت موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق با قطع کیک و توزیع شرینی افتتاح گردید.

در این محفل تعدادی از میهمانان گرامی و استادان گرانقدر به سخنرانی پرداختند و با بیانات ارزشمند و ذکر خاطراتی از دوران محصلی خودشان حال و هوای دیگری به محفل بخشیدند. در محفل تعدادی از محصلین عزیز با اجرای موسیقی زنده رباب و طبله هنرمندانه درخشیدند.

یکی از موضوعات دیگر در محفل، سخنرانی یما حمید مسئول انجمن بود که پیرامون ضرورت ایجاد انجمن های دانشجویی ایراد گردید.



یما حمید، محفل افتتاحیه انجمن دانشجویان فاکولته اقتصاد و مدیریت کهکشان شرق، ۱۳ میزان ۱۳۹۵

وی در قسمتی از سخنرانی‌اش چنین گفت: ”محصل نباید تنها به حفظ مطالب درسی بپردازد و فقط در فکر گرفتن نمره خوب باشد. این صحیح نیست. محصل باید تحلیلگر و منتقد بار بیاید. مطالبی را که برایش درس داده می شود، مورد تجزیه و تحلیل قرار بدهد. تولید فکر و اندیشه و ایده نماید. به نوسازی بیندیشد. چونکه در جهان کنونی لحظه به لحظه تمام جوانب و مظاهر زندگی در حال تغییر و نو شدن است.

لحظه به لحظه نیازهای جدیدی پدید می‌آیند و باید برای رفع نیازهای جدید راه حل‌های مناسب ارائه گردد. این کار انجام نمی‌شود، جز؛ با تغییر دید و نگرش ما نسبت به محصل و محصل بودن. از یک ماشین زنده ثبت اطلاعات به یک تحلیلگر و تغییر آورنده.

برای عملی ساختن این نگرش نو، نیاز به نهادهایی است تا این نگرش جدید را نهادینه بسازند و ملزومات عملی نمودن

آنرا فراهم نمایند. من برای این منظور ایجاد انجمن های علمی پژوهشی دانشجویی را پیشنهاد می‌نمایم. امروز همگی ما شاهد افتتاح انجمن دانشجویان فاکولتهٔ اقتصاد و مدیریت کهکشان شرق می‌باشیم. وظیفه این انجمن: کشف استعدادها، استخراج و پالایش آنها و تقدیم آنها به جامعه است. تا تحولی در عرصه دانش و پژوهش بوجود بیاید که منجر به تحول جامعه گردد. اکنون از شما محصلین عزیز می‌خواهم تا با عضویت در این انجمن پله‌های رشد و ترقی را طی کنید. خود متحول شوید و جامعه را متحول سازید.“

یماجان حمید، سپس با ارائه اسلایدهایی که با برنامه پاورپوینت ساخته شده بود به معرفی مختصر انجمن پرداخت.

در مجموع روز سیزدهم میزان ۱۳۹۵ روز پر خاطره‌ای بود. هم برای ما و هم برای استادان و میهمانان حاضر در محفل، و خرسندیم از آنکه این روز یکبار دیگر، بعنوان روز افتتاح انجمن دانشجویان فاکولته اقتصاد و مدیریت در خاطرات ما ثبت و به اینصورت تبدیل به‌خاطره‌ای فراموش‌نشدنی گشت.

فصل‌هائی از اساسنامه انجمن دانشجویان فاکولته اقتصاد و مدیریت موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق

مقدمه

از آنجائیکه محیط آکادمیک نیازمند کار و فعالیت علمی و پژوهشی است و کار و فعالیت علمی و پژوهشی همفکری و مشارکت میطلبد؛ لذا برای داشتن یک محیط آکادمیک واقعی بایستی بستری مناسب برای کار و فعالیت‌های علمی و پژوهشی، هم در سطح اساتید و هم در سطح دانشجویان و همچنین بصورت ترکیبی از هر دو وجود داشته باشد. برای این منظور **انجمن دانشجویان دانشکده اقتصاد و مدیریت موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق** تشکیل گردیده است تا بعنوان بستری مناسب برای کار و فعالیت‌های گروهی و انفرادی علمی و پژوهشی و ارتقاء سطح علمی دانشجویان این دانشکده موثر واقع گردد.

این انجمن دانشجویی تشکلی است **دانشجویی** که به منظور انجام **فعالیتهای علمی، پژوهشی، آموزشی، حمایتی و ترویجی** در **دانشکده اقتصاد و مدیریت** موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق تاسیس شده است.

فصل اول: کلیات

۱. **نام انجمن:** نام کامل انجمن ”انجمن دانشجویان دانشکده اقتصاد و مدیریت موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق“ می باشد. که مختصرا کلمه انجمن را بکار می‌بریم.
۲. **رسالت انجمن:** تحول خود، تحول جامعه
۳. **موقعیت انجمن:** انجمن در موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق در شهر هرات ولایت غربی افغانستان موقعیت دارد.
۴. **سال تأسیس انجمن:** انجمن در سال ۱۳۹۵ هجری شمسی برابر با سال ۲۰۱۶ میلادی تأسیس شده است.

۱. **هویت انجمن:** این انجمن یک تشکل علمی پژوهشی دانشجویی می‌باشد.
۲. **فعالیت انجمن:** این انجمن بطور خاص در زمینه علوم اقتصادی و بطور عام در رشته های مرتبط با علوم اقتصادی به مطالعات و پژوهش های علمی نظری و عملی می‌پردازد.
۳. **قوانین و مقررات انجمن:** اساسنامه انجمن شامل کلیهٔ قوانین و مقررات، و دستورالعمل های آن می‌باشد.
۴. **اعضای انجمن:** دانشجویان دانشکده اقتصاد و مدیریت و دانشجویان علاقمند دیگر دانشکده‌های دانشگاه کهکشان شرق که طبق قوانین و مقررات مندرج در اساسنامه انجمن به عضویت انجمن درآمده اند، اعضای انجمن محسوب می گردند.

فصل دوم: احکام عمومی

۹. این اساسنامه با رعایت و حفظ و احترام به مقررات و طرزالعمل‌های موسسه تحصیلات عالی خصوصی کهکشان شرق قابل اجراء می‌باشد.
۱۰. تمام موضوعات، تصمیمات و برنامه های انجمن باید مطابق با اساسنامه انجمن بوده و هر گونه عمل و حرکتی که خلاف این اساسنامه باشد از اعتبار خارج و در انجمن رسمیت ندارد.
۱۱. آزادی آکادمیک در بحث ها و فعالیت‌های علمی و پژوهشی با در نظرداشت حفظ حقوق و آزادی‌های دیگران مطابق با حقوق و آزادی های دموکراتیک از اصول اساسی انجمن است.
۱۲. این انجمن جهت‌دار بوده و جهت آن بر اساس رسالت آکادمیک، تولید دانش و خرد است.
۱۳. از آنجائیکه عدم جانبداری لازمه کار علمی و پژوهشی است، بنابراین انجمن در تمامی عرصه های کار و فعالیت علمی و پژوهشی اش غیر جانبدارانه عمل می‌کند.
۱۴. در این انجمن زمینه های کار و فعالیت علمی و پژوهشی، برای دانشجویان تمامی دانشکده های دانشگاه مهیا می باشد؛ زیرا علم اقتصاد یکی از علوم پایه و محوری است که با بسیاری از علوم دیگر رابطه و پیوندی ناگسستنی دارد.
۱۵. دروازهٔ انجمن برای عضویت دانشجویان دیگر دانشکده های دانشگاه که علاقمند به مباحث و کار و فعالیت علمی و پژوهشی باشند نیز باز است و از درخواست عضویت آنها استقبال می‌شود.
۱۶. دفاع از حقوق دانشجویان و ایجاد پل ارتباطی بین دانشجویان و دانشگاه در صورت بروز مشکل در بین دانشگاه و دانشجو، دانشجو و استاد.
۱۷. از آنجائیکه این انجمن یک تشکل دانشجویی می باشد، تمام مقامات آن که در بخش ساختار تشکیلاتی آن آمده است توسط دانشجویان رهبری و مدیریت می شوند. بنابراین حق انتخاب شدن در سلسله مراتب انجمن تنها مختص دانشجویان عضو انجمن با در نظرداشت شرایط مندرج در این اساسنامه می‌باشد.

فصل سوم: اهداف

۱۸. ایجاد بستری مناسب برای کار و فعالیت علمی و پژوهشی دانشجویان.
۱۹. آشنا ساختن دانشجویان با متدهای علمی تحقیق و پژوهش.
۲۰. انگیزش دانشجویان برای فعالیت‌های علمی پژوهشی.
۲۱. کشف استعدادهای مبتکر و خلاق و شناسایی دانشجویان ممتاز برای مشارکت شان در رشد و توسعه علمی دانشگاه بطور خاص و جامعه بطور عام.
۲۲. تلاش در حل مشکلات دانشجویان از طریق ارائهٔ خدمات مشاوره‌ای.
۲۳. مطالعه علمی مشکلات و معضلات اقتصادی و اجتماعی و طرح و اجرای برنامه‌های علمی و پژوهشی برای یافتن و ارائه راهکارهای علمی جهت حل ریشه‌ای مشکلات و معضلات اقتصادی و اجتماعی.
۲۴. جا انداختن تفکر انتقادی و نقد علمی.
۲۵. ایجاد ارتباطات علمی بین اساتید و دانشجویان از طریق زمینه سازی برای کار و فعالیت های علمی و پژوهشی هم در سطح اساتید و هم در سطح دانشجویان و همچنین بصورت ترکیبی از هر دو.
۲۶. ایجاد روحیهٔ کار علمی هم بصورت گروهی و هم بصورت انفرادی
۲۷. حمایت از کارهای علمی و پژوهشی اعضاء و تلاش در به ثمر نشاندن فعالیت‌های‌شان.
۲۸. ایجاد ارتباطات علمی و پژوهشی با مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی ملی و بین المللی در جهت معرفی کارهای پژوهشی استعدادهای دانشگاه و بالعکس.
۲۹. ایجاد ارتباطات با موسسات و نهادهای دولتی، موسسات آموزشی، کمک رسانی و انکشافی ملی و بین المللی، تجاری، مدنی، شوراها، انجمن‌ها، مکاتب، آموزشگاه ها، باشگاه های ورزشی و رسانه های چاپی، صوتی و تصویری و دیگر نهادها و موسسات علمی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی در راستای کار و فعالیت علمی و پژوهشی.
۳۰. ارتقاء کیفی هنر و مهارت های ضروری برای کار علمی و پژوهشی در اعضای انجمن.
۳۱. کمک به رشد و توسعه پایدار در کشور با انجام مطالعات و پژوهش‌های آکادمیک.

ARG

Academic Research Group An endeavor for change

گروه تحقیقات آکادمیک تلاشی برای تغییر

Social Sciences

Medical Sciences

Natural Sciences

And so on

Research

5

Second year, March 2017